

UNIVERSITATEA „BABEŞ–BOLYAI” CLUJ-NAPOCA
Centrul de Formare Continuă şi
Învățământ la Distanță
Specializarea: ŞTIINȚE POLITICE

Lect. univ. SZÁSZ ALPÁR ZOLTÁN

COMPORTAMENT POLITIC (I)
STUDIUL COMPORTAMENTULUI ELECTORAL

Cluj-Napoca
2005

COMPORTAMENT POLITIC (I)
STUDIUL COMPORTAMENTULUI ELECTORAL

Manual şi ghid de studiu
pentru învăţămîntul deschis la distanţă

TITULAR DISCIPLINĂ:
lect. univ. drd. SZÁSZ Alpár Zoltán
TUTORE:
SZÉKELY István Gergő (masterand)

Semestrul I
2005–2006

CUPRINS

PREFAȚĂ

Studiile electorale reprezintă una dintre cele mai interesante şi răspîndite arii de cercetare în ştiințele politice. Interesul poate fi explicat prin curiozitatea şi nerăbdarea cu care numeroşi membri ai largului public, nu numai comunitatea ştiințifică, aşteaptă alegerile şi încearcă să ofere pronosticuri – sau în cel de-al doilea caz să formuleze predicții. Larga răspîndire a cercetărilor electorale constituie una dintre implicațiile acestei stări de fapt în ştiințele politice.

Obiectivul principal al cursului şi al acestor note de curs este familiarizarea studenților cu abordările, modelele şi teoriile specifice studiului comportamentului electoral. Este necesară sublinierea faptului că prezenta colecție de note de curs urmează recomandările Ministerului Educației şi Cercetării cu privire la formatul şi conținutul manualelor destinate învățămîntului la distanță, furnizînd totodată cunoştințele într-o manieră adaptată nevoilor

particulare ale persoanelor înscrise la această formă de învățămînt. Pentru a-şi îndeplini obiectivul, manualul întreprinde o serie de incursiuni în psihologia, sociologia şi comunicarea politică încercînd astfel să transmită cunoştințele necesare explicării (şi prezicerii) comportamentului electoral. Abordarea de față nu este una ieşită din comun, deoarece acest domeniu al ştiințelor sociale prezintă interes deopotrivă pentru politologi, sociologi şi psihologi. Cu alte cuvinte subiectul este interdisciplinar şi trebuie tratat ca atare. În acelaşi timp, cursul doreşte să fie şi o punte de legătură ce conectează cunoştințele din cadrul disciplinelor *Partide şi sisteme de partide politice*, *Sisteme politice comparate* şi *Sisteme electorale comparate*.

Trebuie precizat însă că în timp ce disciplinele menționate studiază aproape în exclusivitate instituții şi actori colectivi, în cadrul acestei materii unitatea de observație este de regulă actorul individual, alegătorul. Acest fapt, bineînțeles, nu exclude efectuarea unor studii la nivelul grupurilor sau al unităților teritorial-geografice. În general, studiul comportamentului electoral îşi propune să ofere răspunsuri la următoarele patru întrebări: (i) *care sînt factorii ce îi determină pe alegători să se prezinte la vot?* (ii) *care sînt factorii ce determină prezența la vot la nivel național?* (iii) *care sînt factorii ce îi determină pe alegători să voteze un anumit partid sau candidat?* şi (iv) *care ar putea fi factorii ce explică rezultatele alegerilor pe plan național?*

Cu privire la aceste întrebări cursul îşi propune să prezinte studenților răspunsurile date de teoreticieni şi

cercetători la ultimele trei dintre acestea, oferindu-le astfel un arsenal de cunoştinţe utile în explicarea şi prognostizarea comportamentului electoral. (Din nefericire, în pofida multor studii referitoare la motivele individuale ale (ne)participării electorale, teoria comportamentului electoral nu a reuşit să formuleze un răspuns la prima întrebare. Cauza este comportamentul aleator al indivizilor în ceea ce priveşte decizia de a se prezenta la vot sau nu.)

Interesul general ce înconjoară alegerile constituie doar un stimulent pentru cercetători, dar este – în sine – insuficient pentru a permite investigarea sistematică, ştiinţifică a fenomenului. Cercetările moderne au devenit posibile odată cu asimilarea şi aplicarea generală – la nivelul comunităţii politologice internaţionale – a metodologiei sondajelor de opinie efectuate pe eşantione naţionale probabilistice. Astfel au rezultat nenumărate serii de studii electorale în primul rînd în ţări ca Regatul Unit sau Statele Unite, şi bineînţeles, serii de studii comparative internaţionale. Institutele de sondaje din ţările Europei Centrale şi de Est s-au lansat şi ele în această activitate chiar de la începutul perioadei de tranziţie. De atunci s-au format şi pieţele naţionale concurenţiale ale acestor organizaţii. Acest lucru este fără doar şi poate îmbucurător, căci sondajele electorale existente în număr destul de mare – dincolo de utilitatea lor imediată, eminamente politică – reprezintă o provocare pentru teoreticieni, oferindu-le ocazia să facă un bilanţ al (sub)domeniului comparînd nivelul de dezvoltare naţional al acestuia cu cel internaţional. În plus, datele colectate constituie o excelentă materie primă ce poate şi trebuie să fie

prelucrată de către politologi – sau mai exact cercetătorii şi teoreticienii din domeniul ştiinţelor politice (*political scientists*) – în străduinţa lor sintetizatoare de a dezvolta explicaţii, modele şi teorii ale comportamentului electoral din România pentru ca ulterior să se poată raporta din nou la stadiul internaţional al acestui (sub)domeniu politologic. Primii paşi în aceste direcţii au fost făcuţi deja. Prin urmare cursul este o invitaţie lansată studenţilor de a face cunoştinţă cu aceste date şi rezultate teoretice, precum şi cu acest domeniu deosebit de provocator al ştiinţelor politice.

Structura notelor de curs a fost concepută astfel încît să faciliteze această familiarizare. Prin urmare, un ghid de studiu menit să uşureze asimilarea materialului precede fiecare capitol al cursului. Se recomandă citirea prealabilă a acestuia pentru a înţelege în ce mod poate fi parcurs şi înţeles fără dificultăţi deosebite conţinutului capitolului ce urmează. Ghidul vine în ajutorul cursanţilor atragînd totodată atenţia asupra principalelor rezultate teoretice şi concepte ce vor fi discutate. De asemenea acesta poate recomanda şi citirea capitolelor pe secţiuni – o metodă de învăţare adecvată chiar şi în lipsa indicaţiilor explicite în acest sens. Este utilă de asemenea şi rezolvarea temelor pregătitoare de la începutul capitolelor, căci acestea servesc la familiarizarea prealabilă a cursanţilor cu anumite aspecte teoretice sau metodologice. Tabelele recapitulalive intitulate Concepte de bază şi termeni de specialitate inserate la finele capitolelor înlesnesc fixarea principalelor noţiuni nou introduse. Secţiunile intitulate COMPLEMENTE aflate de asemenea la finele

capitolelor au rolul de a clarifica unele detalii tehnice secundare şi de a facilita înțelegerea lor. **Întrebările recapitulative** vin în completarea listei de concepte accentuînd cele mai importante aspecte teoretice discutate. În fine, **temele de casă** caută să stimuleze cursanții la aplicarea creativă a cunoştințelor dobîndite, îndeplinind de asemenea şi funcțiile de (auto)control şi (auto)evaluare.

Temele marcate cu * /asterisc/ sînt de dificultate superioară, ori necesită un volum mai mare de muncă. O parte dintre teme – în special acelea la care m-am referit în fraza anterioară – pot fi elaborate în colaborare de doi, sau cel mult trei, cursanți. În astfel de cazuri se va preda o singură rezolvare semnată de toți „coautorii”. (Predarea de către fiecare colaborator a unei rezolvări separate, aparent individuale, va fi considerată *dizonestitate academică* şi se va penaliza.) În cazurile regulamentare, calificativul obținut va fi identic pentru toți cei care au contribuit la elaborarea temei, exceptînd rezolvările la care coautorii au semnalat în ce constă contribuția fiecăruia dintre ei. (Această modalitate de predare a temelor comune este o opțiune, nu este obligatorie.) *Temele marcate cu I sînt teme individuale, ca atare în cazul lor nu se acceptă colaborări.*

Pentru o asimilare ritmică şi facilă a materiei se recomandă ca studenții să respecte termenele din **Calendarul disciplinei** şi să nu încerce să asimileze întreaga materie în sesiunea de examene, ceea ce în experiența anilor anteriori s-a dovedit a fi o metodă ineficientă din toate punctele de vedere. (În acest sens, parcurgerea **LECTURILOR OBLIGATORII** va completa

cunoştințele cuprinse în notele de curs şi va ajuta cursanții în înțelegerea unor aspecte particulare.)

În fine, îmi exprim speranța, că aceste note de curs vor fi de un real ajutor studenților care doresc să studieze problemele legate de cercetarea comportamentului electoral şi le vor permite înțelegerea profundă a numeroaselor detalii ale acestei discipline politologice.

Autorul

Cluj, 25 octombrie 2005

PROGRAMA ANALITICĂ

Denumirea disciplinei	**COMPORTAMENT POLITIC I (STUDIUL COMPORTAMENTULUI ELECTORAL)**

Codul disciplinei	**PS [3/4]138**	**Semestrul I**		**Numărul de credite**	**6**

Facultatea	**Facultatea de Ştiinte Politice şi Administrative**
Profilul	**Ştiințe Politice**
Specializarea	

Numărul de ore pe semestru/activități				
Total	**SI**	**TC**	**AT**	**AA**
80	**32**	**10**	**18**	**20**

Categoria formativă a disciplinei: **DF – fundamentală, DG – generală, DS – de specialitate, DE – economică/managerială, DU – umanistă**	**DS**
Categoria de opționalitate a disciplinei: **DI – impusă, DO – opțională, DL – liber aleasă (facultativă)**	**DO**

Disciplin	**Obligatorii**	

e Anterioare	**(condiționate)**	
	Recomandate	

Obiective	0* **Familiarizarea studenților cu abordările şi modelele specifice studiului comportamentului electoral:** 1* **acumularea cunoştințelor necesare pentru a putea explica (şi prezice) comportamentul electoral;** 2* **realizarea unor conexiuni cu disciplinele *Partide şi sisteme de partide politice*, *Sisteme politice comparate* şi *Sisteme electorale comparate*.**

Conținut	1. ***Cercetarea comportamentului electoral:*** **istoric, metode şi abordări teoretice. Scurt istoric al cercetărilor psephologice. Metode de cercetare a comportamentului electoral: cercetarea ecologică, metoda deductivă, sondarea opiniei publice şi metodele „experimentale”. Paradigmele dominante în ştiințele politice şi în psephologie.** 2. ***Coordonate metodologice generale.*** **Caracterul interdisciplinar şi paradigma/ele metodologice al(e) acestui domeniu de cercetare. Cunoaşterea comună şi cunoaşterea ştiințifică. Teoretic şi empiric. Măsurare: fidelitate şi validitate.**

	3. ***Elemente metodologice specifice psephologiei.*** **Prognoze electorale: istoric şi sondaje preelectorale contemporane. Erori de predicție, surse de eroare. Erori sistematice şi nesistematice în prognozele electorale. Măsuri de precauție: tehnici speciale de investigație în studiul comportamentului electoral.** 4. ***Participarea politică.*** **Tipologia participării politice: tipuri de participare convențională şi neconvențională. Participarea electorală: factorii care determină prezența la vot. Participarea neelectorală.** 5. ***Atitudini politice, credințe de masă şi sistem de atitudini.*** **Stabilitate şi restricție în credințele de masă. Non-atitudini. Alegători sofisticați şi nesofisticați. Modelul de „suficiență” al politicii. Conținutul raționamentului politic: teme, imagini, sisteme de credințe şi ideologii.** 6. ***Teorii explicative ale comportamentului electoral.*** **Abordări sociologice: şcoala Columbia, teoria clasică a clivajelor (LIPSET–ROKKAN) şi votul de clasă (LIPSET), modelul radical. Şcoala de la Michigan (identificarea partinică). Modele elaborate în cadrul teoriei deciziilor raționale.**

Forma de evaluare (E – examen, C – colocviu/test final, LP – lucrări de control)		**C**
Stabilirea notei finale (procentaje)	7. **răspunsurile la testul final**	**25%**
	8. **activități aplicative atestate / laborator / lucrări practice / proiect, etc.**	**50%**

	9. **teme de control**	**25%**

Bibliografie	10. **BABBIE, EARL *The Practice of Social Research.* 8th ed. Belmont, CA: Wadsworth Publishing Company, 1998. pp. 129–136., 192–194.** 11. **BUCHANAN, WILLIAM „Election Predictions: An Empirical Assessment.”, in *Public Opinion Quarterly,* vol. 50 (1986) pp. 222–7.** 12. **BULAI, ALFRED *Mecanismele electorale ale societății româneşti.* Bucureşti: Paideia, 1999. (Colecția Ştiințe sociale.)** 13. **CONVERSE, PHILIP E. „The Nature of Belief Systems in Mass Publics.”, in DAVID APTER (ed.) *Ideology and Discontent* New York: The Free Press, 1964. pp. 206–261.** 14. **DALTON, RUSSEL J. *Citizen Politics. Public Opinion Polling and Political Parties in Advanced Western Democracies.* Chatham, NJ: Chatham House Publishers, 1996. [PolSci: DAL/PC]** 15. **DISKIN, ABRAM–FELSENTHAL, DAN S. „Do they Lie?”, in *International Political Science Review,* vol. 2 (1981) no. 4, pp. 403–22.** 16. **DOWNS, ANTHONY *An Economic Theory of Democracy.* New York: Harper, 1957. pp. 4–13, 296–300.** 17. **FREY, BRUNO–WECK, HANNELORE „A Statistical Study of the Effect of the Great Depression on Elections: The Weimar Republic 1930–1933.”, in *Political Behaviour,* vol 5. (1983) no. 4, pp. 403–20.**

	18. **GRANBERG, DONALD–HOLMBERG, SÖREN *The Political System Matters: Social Psychology and Voting Behavior in Sweden and the United States.* Cambridge: Cambridge University Press, 1988.** 19. **HARROP, MARTIN–MILLER, WILLIAM L. *Elections and Voters: A Comparative Introduction.* London: The Macmillan Press Ltd., 1987.** 20. **KLINGEMANN, HANS-DIETER– FUCHS, DIETER (eds.) *Citizens and the State.* Oxford: Oxford University Press, 1995.** 21. **PIAZZA, THOMAS–SNIDERMAN, PAUL M.–TETLOCK, PHILIP E. „Analysis of the Dynamics of Political Reasoning: A General-Purpose Computer-Assisted Methodology.”, in JAMES A. STIMSON (ed.) *Political Analysis Vol. I.* Ann Arbor, MI: University of Michigan Press, 1990. pp. 99–119.** 22. **ROTARIU, TRAIAN–ILUȚ, PETRE *Ancheta sociologică şi sondajul de opinie. Teorie şi practică.* Iaşi: Polirom, 1997. (Secțiunea 4.2: pag. 97–102.) [PolSci: ROT/APE]** 23. **ROTARIU, TRAIAN–ILUȚ, PETRE (coord.) *Sociologie.* Ediția a II-a. Cluj-Napoca: Editura Mesagerul, 1996. (Secțiunea 3.2.: pp. 26–28.)** 1. **ZALLER, JOHN Nature and Origins of Mass Opinion. Cambridge: Cambridge University Press, 1998.**

Lista materialelor didactice	

necesare	

Coordonator de disciplină	***Grad didactic, titlul, prenume, numele***	***Semnătura***
SZÁSZ Alpár Zoltán	**SZÁSZ Alpár Zoltán**	

Legenda: **SI – studiu individual, TC – teme de control, AT – activități tutoriale, AA – activități aplicative atestate.**

CALENDARUL DISCIPLINEI

Săptămîna	**Data**	**Teme de control**		**Tutorial (Capitole / Tematici)**	**Activită asistat**	
		Tema	**Termenul de predare**		**Laborator**	**Luc ări prac tice Proi ect**
I	**3–9 octombrie**	**Tema nr. I/1**		***Studiul comportamentului electoral.*** **1. Scurt istoric al cercetărilor psephologice. Metode de cercetare a comportamentului electoral.**		**Luc ări prac tice**

a II-a	**10–16 octombrie**	**Tema nr. I/1**		***Coordonate metodologice generale.*** **2. Caracter interdisciplinar şi paradigmă metodologică. Cunoaşterea comună şi cunoaşterea ştiinţifică.**		**Lucr ări prac tice**
a III-a	**17–23 octombrie**	**Tema nr. I/1**		***Elemente metodologice specifice psephologiei.*** **3. Prognoze electorale. Erori de predicţie, surse de eroare. Măsuri de precauţie: tehnici speciale de investigaţie în studiul comportamentului electoral.**		**Lucr ări prac tice**
a IV-a	**24–30 octombrie**	**Tema nr. I/2**		***Participarea politică.*** **Tipologia participării**		

				politice. o **Tipologia participării politice: tipuri de participare convențională şi neconvenționa lă. Participarea neelectorală.**		
a V-a	**31 octombrie–6 noiembrie**	**Tema nr. I/3–4**		***Participarea politică.*** o **Participarea electorală: factorii care determină prezența la vot.**		
a VI-a	**7–13 noiembrie**	**Tema nr. II/1**		***Atitudini politice, credințe de masă şi sistem de atitudini.*** 24. **Stabilitate şi restricție în credințele de masă. Non-atitudini.**		
a VII-a	**14–20 noiembrie**	**Tema nr. II/1**	**Prima întâlnire**	***Atitudini politice, credințe de masă şi sistem de atitudini.***		**(Luc rări prac tice)**

				25. **Alegători sofisticați şi nesofisticați. Modelul de „suficiență” al politicii.**		
a VIII-a	**21–27 noiembrie**	**Tema nr. II/2**		***Atitudini politice, credințe de masă şi sistem de atitudini.*** 26. **Conținutul raționamentului politic: teme, imagini, sisteme de credințe şi ideologii.**		
a IX-a	**28 noiembrie–4 decembrie**	**Tema nr. II/3**		***Teorii explicative ale comportamentului electoral.*** o **Abordări sociologice.**		
a X-a	**5–11 decembrie**	**Tema nr. II/4 (lucr. pract.)**		***Teorii explicative ale comportamentului electoral.*** o **Şcoala de la Michigan.**		
a XI-a	**12–18 decembrie**	**Tema nr. II/4 (lucr.**	**A doua întâl**	***Teorii explicative ale comportamentul***		**Lucr ări prac**

		pract.)	**nire**	***ui electoral.*** o **Modele elaborate în cadrul teoriei deciziilor raționale.**		**tice**
a XII-a	**19–25 decembrie**			**RECAPITULARE.**		**Lucrări practice**
a XIII-a	**9–15 ianuarie**			**RECAPITULARE.**		
a XIV-a	**16–22 ianuarie**			**RECAPITULARE.**		
SESIUNEA DE EXAMENE	**23 ianuarie–12 februarie**			**–**		

Modulul I

TEME ŞI METODE DE CERCETARE

Unitatea I (Capitolul 1)

CERCETAREA COMPORAMENTULUI ELECTORAL: ISTORIC, METODE ŞI ABORDĂRI TEORETICE

OBIECTIVE ŞI GHID DE STUDIU

Obiectiv:

În cadrul acestui capitol introductiv vom face cunoştinţă cu principalele metode de cercetare ale comportamentului electoral şi cu temele generale care marchează evoluţia acestui domeniu de ştiinţe politice. Vom face observaţii bineînţeles şi asupra importanţei domeniului, asupra factorilor care i-au facilitat răspîndirea şi asupra nivelului de dezvoltare al acestuia în lume şi la noi în ţară.

Ghid de studiu:

1. Cursanţilor li se cere să lectureze acest scurt text introductiv punînd accentul pe cele patru metode generale de cercetare ale comportamentului electoral, pe cele trei abordări din cadrul teoriei comportamentului electoral, precum şi pe conceptul de vot economic şi variantele acestuia. Tabelul recapitulaliv intitulat **Concepte de bază şi**

termeni de specialitate de la finele capitolului facilitează fixarea acestor noțiuni.

2. **Al doilea mijloc pentru repetarea şi sedimentarea cunoştințelor îl reprezintă întrebările recapitulative şi temele de casă. Acestea din urmă se rezolvă în scris, servind totodată la evaluare sau autoevaluare. În cazul de față exersarea cunoştințelor se va face cu ajutorul întrebării recapitulative, iar aprofundarea şi evaluarea prin intermediul a celor patru teme scrise, care sînt *activități aplicative atestate*. Primele patru dintre acestea încheie capitolul, iar cea de-a cincea reprezintă prima temă de la finele *Capitolului 2*, fiind plasată acolo din cauza dificultății.**
3. **Fiind un capitol introductiv nu implică lecturarea suplimentară a altor texte decît a fragmentelor cerute de Tema nr. 1 de la finele *Capitolului 2*.**

Capitolul 1

CERCETAREA COMPORAMENTULUI ELECTORAL: ISTORIC, METODE ŞI ABORDĂRI TEORETICE

După cum s-a amintit în Prefață cercetările *psephologice* nu ar fi devenit posibile fără elaborarea şi asimilarea treptată de către toți cercetătorii a metodologiei sondajelor de opinie efectuate pe eşantione naționale probabilistice. Astfel au rezultat nenumărate serii de studii electorale în primul rînd în țări ca Regatul Unit sau Statele Unite, şi bineînțeles, serii de studii comparative cum ar fi cele efectuate de *European Consortium for Political Research* sau de *Center for the Study of Public Policy* de la Universitatea din Strathclyde (Regatul Unit). A trage din această afirmație concluzia că cercetarea electorală înseamnă în exclusivitate prelucrarea datelor furnizate de sondajele de opinie ar fi însă o eroare. Studiul comportamentului electoral cunoaşte de fapt mai multe „strategii" şi metode de cercetare precum şi abordări paradigmatice. Capitolul de față este dedicat unei prezentări succinte ale acestora.

1.1. Scurt istoric al psephologiei

Într-o operă clasică a studiului partidelor, a comportamentului electoral şi a sistemelor electorale STEIN ROKKAN a identificat patru *strategii de cercetare* în cadrul celei de-a doua discipline. La vremea elaborării lor strategiile în cauză au reprezentat diferite răspunsuri la provocarea pe care o însemna constrîngerea de a lucra cu date agregate fără a fi în posesia informațiilor relevante din punct de vedere

politic şi care de obicei „se ascund în spatele cifrelor". (Aceste informaţii se referă la candidaţii şi la temele politice precum şi la predispoziţiile sau atitudinile alegătorilor). Strategiile de cercetare, sau cu alte cuvinte, şcolile sau curentele care au marcat istoricul psephologiei sînt următoarele:

1. ***Cartografia electorală*** **al cărui pionier a fost ANDRÉ SIEGFRIED. Această „strategie" foloseşte hărţi detaliate pentru a ilustra variaţiile unor mărimi agregate la nivel teritorial şi pentru a studia similitudinile şi diferenţele cu ajutorul analizei datelor de nivel local.**
2. ***Ecologia politică*** **(sau *studiile ecologice*) ai căror pionieri au fost, independent unul de celălalt, FERDINAND TÖNNIES, STUART A. RICE, HERBERT TINGSTEN şi RUDOLF HEBERLE. Metoda de cercetare implică determinarea unor coeficienţi de corelaţie pe de o parte între caracteristicile sociale, economice şi culturale ale localităţilor precum şi rezultatele electorale agregate, pe de altă parte.**
3. **Strategia-LAZARSFELD (sau Şcoala Columbia) care a introdus *sondajele comunitare* şi a utilizat – în varianta sa originală – eşantioane de tip panel ale unor electorate locale (practic populaţia unor aşezări urbane sau comitate) analizează pe baza datelor individuale obţinute circumstanţele sociale, economice şi culturale ale deciziilor electorale.**
4. **Strategia-CAMPBELL (sau Şcoala Michigan ce s-a dezvoltat din institutul de cercetare condus de WARREN E. MILLER) a introdus *sondajele***

naționale efectuate pe eşantioane reprezentative la nivel federal încercînd să determine „asocieri şi corelații statistice ... referitoare la diverse comunități şi electorate grupate în funcție de regiunea geografică sau de tipul de localitate".

Trebuie menționat că primele două strategii de cercetare au fost conturate deja înaintea Celui De-al Doilea Război Mondial, ulterior manifestîndu-se chiar tendința de a le reuni. Între timp dezvoltarea teoriei probabilității a permis proiectarea unor eşantioane aleatoare care împreună cu standardizarea situației de interviu şi a chestionarelor a condus la apariția Şcolilor Columbia şi Michigan. În pofida acestei asemănări, cele două şcoli se deosebesc fundamental prin strădania de a reduce variația variabilei dependente (preferința politică sau decizia electorală) la nivelul populației investigate în primul caz față de dorința de a maximiza variația respectivă prin considerarea întregului electorat național în cazul din urmă.

Tendințele ulterioare au deschis însă calea sintezelor şi a integrării. Astfel, cele două tradiții bazate pe sondaje s-au contopit şi ele în anii 1960, urmînd ca mai recent să asistăm nu numai la apropierea treptată a tradiției europene a *geografiei electorale* şi a *strategiei behavioraliste a sondajelor* ci şi – după cum vom vedea în subcapitolul următor – la combinarea acestor două metode de cercetare.

1.2. Metode de cercetare în studiul comportamentului electoral

Studiul comportamentului electoral aplică patru metode principale de cercetare: (i) *studiile bazate pe sondajele de opinie*, (ii) *aşa-numita metodă „experimentală”*, (iii) *analizele ecologice*, (iv) *metoda analizei seriilor de timp* şi (v) *metoda deductivă.* Primele două metode lucrează cu date de nivel micro, cea de-a treia şi a patra folosesc date agregate, iar metoda a cincea implică un demers axiomatic ce foloseşte în principiu date de nivel individual.

În cele ce urmează nu voi insista asupra primei specii, *studiile bazate pe sondaje de opinie*, deoarece este cea mai răspîndită metodă de cercetare a comportamentului electoral al cărui instrument se studiază şi în cadrul altor discipline de ştiințe politice. Acest tip de cercetare electorală este totodată şi cel care a fost asimilat cu mare rapiditate în centrul şi estul Europei probabil şi datorită unei complexități mai reduse şi nevoi inferioare de logistică în comparație cu metoda „experimentală”.

Metoda „experimentală” reprezintă de fapt o subspecie recentă a metodei sondajului cu deosebirea că pentru a creşte sinceritatea răspunsurilor, respectiv pentru a putea detecta şi demonstra cu mai multă precizie anumite efecte, cercetătorii administrează nişte chestionare speciale în condiții (cvasi-) experimentale. Adică, de obicei avem de a face cu un grup supus unui anumit „tratament” şi un grup de

control. Procedeele „experimentale” mai evoluate aplicarea tehnicii CAPI (*Computer Assisted Personal Interviewing*) care necesită dotarea operatorilor cu calculatoare personale portabile din clasa *laptop* sau a tehnicii CATI (*Computer Assisted Telephone Interviewing*). Din acest motiv ele s-au încetățenit îndeosebi în America de Nord (SUA şi Canada) unde rețeaua telefonică cuprinde cu mici excepții totalitatea gospodăriilor (*households*).

***Analizele ecologice* reprezintă cea mai veche specie de studii ale comportamentului electoral. Ele nu se concentrează asupra comportamentului individual, ci dimpotrivă analizează spații geografice contigue (de exemplu unități teritorial-administrative şi/sau regiuni geografice) încercînd să stabilească legături între diferitele caracteristici ale acestora şi rezultatele electorale. În acest scop ele utilizează datele recensămintelor populației pentru a testa existența unor relații cauzale între distribuția regională a voturilor obținute de diverse partide şi caracteristicile structurale ale mediului (socio-)geografic al alegătorilor. (De aici şi denumirea de ecologic.) Acestor studii devenite oarecum heterodoxe datorită dezvoltării ulterioare a disciplinei li se pot aduce o serie de critici. Faptul că diverg de la paradigma larg acceptată a domeniului de cercetare – *individualismul metodologic* – este cauza probabilă a celui mai mare neajuns: validitatea acestor studii este de obicei inferioară celora bazate pe sondajele de opinie. Mai precis, cercetările la care ne referim nu exclud posibilitatea comiterii unor *erori ecologice*. În plus, cercetătorul este nevoit să lucreze cu date „prefabricate” ce nu**

constituie măsuri ale variabilelor de interes şi au doar legături îndepărtartate cu acestea. Totuşi abordarea poate fi combinată cu alte metode (de ex. cea a sondajelor de opinie) şi poate fi utilă nu numai în cazurile în care nu există alternative, ci şi pentru investigarea unor probleme aparte, cum ar fi efectele comportamentale agregate ale unor variable sistemice sau de nivel macro(social).

Metoda analizei seriilor de timp **îşi propune explicarea rezultatelor electorale sau a popularității partidelor măsurate prin intermediul sondajelor de opinie. În acest scop se utilizează date referitoare la dinamica proceselor economice – care de regulă constituie informații accesibile cercetătorilor –, ori rezultatele analizei de conținut a presei sau a ştirilor politice. (Analiza de conținut se efectuează în acest caz pe tranşe zilnice sau săptămînale.) Unul dintre dezavantajele metodei este riscul căderii în capcane de genul erorii ecologice, căci aidoma metodei precedente şi aceasta se bazează pe compararea unor date agregate. De asemenea, în cazul comparării rezultatelor sondajelor cu cele ale analizelor de conținut constituie un neajuns şi faptul că este imposibil a decide ce a influențat alegătorii: comunicarea pe care au întreprins-o partidele în timpul campaniei electorale, reflectarea vieții reale în presă sau modul în care media a prezentat evenimentele prin intercalarea propriilor sale filtre.**

Metoda deductivă **este reprezentată de un singur, dar celebru studiu. Faptul că a rămas unicul studiu original de acest fel – exceptîndu-le pe cele care doar**

preiau modelul – se datorează unei aplicabilităţi foarte limitate. Modelul economic al lui DOWNS construit pe premisa comportamentului raţional al actorului individual şi pe ipoteza analogiei dintre piaţa politică şi cea economică funcţionează numai în cazul unui sistem politic (strict) bipartid. Meritul acestei lucrări este însă faptul că a atras atenţia asupra potenţialului explicativ şi predictiv de care dispune abordarea raţionalistă – mai precis, teoria deciziilor raţionale (*rational choice theory*) – în privinţa modelării comportamentului electoral. Această tradiţie este reprezentată cel mai fidel astăzi de modelele elaborate în cadrul teoriei votului tematic (*issue voting*), celelalte modele raţionaliste – pe care le vom descrie mai tîrziu – reprezentînd mai degrabă doar amendamente şi reinterpretări.

1.3. Paradigmele dominante în ştiinţele politice şi în psephologie

În ceea ce priveşte dezvoltarea la scară mondială a studiului comportamentului electoral putem observa successiunea celor trei abordări paradigmatice majore care circumscriu cercetările din ştiinţa politică comparativă: abordările de natură sociologică, de natură culturalistă şi cele de natură raţionalistă. Cu toate că ştiinţele politice s-au născut în mare parte din sociologie, iar teoria deciziilor raţionale poate fi pe bună dreptate percepută ca domeniul de interferenţă dintre microeconomie, sociologie şi ştiinţa politică numai abordările raţionaliste (*rational actor approaches*) ale comportamentului electoral pot fi considerate cel mai degrabă cu adevărat polit(olog)ice. Ele sînt, pe de altă parte, de nu demult în vogă. Şcoala culturalistă rămîne tributară însăşi impreciziei conceptului împrumutat din antropologie, iar abordările cu tentă sociologică, precum observa şi DALTON – accentuînd totodată importanţa şi caracterul variabil în timp al atitudinilor politice ale electoratului – au o nuanţă deterministă. În pofida acestei comparaţii critice ale celor trei abordări se cuvine să enumerăm contribuţiile importante ale acestor şcoli la elaborarea teoriilor/modelelor comportamentului electoral. Deosebim trei tipuri de teorii-modele – teorii sociologice, modelul sociopsihologic (sau psihologic) şi teorii/modele elaborate în cadrul teoriei deciziilor raţionale – pe care le descriem aici foarte succint, Capitolul 6 al manualului fiind dedicat prezentării mai elaborate ale acestora.

Dintre *teoriile* sau *abordările sociologice* trei merită a fi amintite: teoria celor patru clivaje elaborată de LIPSET şi ROKKAN într-o clasică lucrare de sociologie a partidelor, abordarea sociologică elaborată de „şcoala Columbia" (*the Columbia School of electoral behaviour*) şi modelul marxist elaborat de DUNLEAVY şi HUSBANDS pe care teoreticienii britanici, inclusiv cei care l-au elaborat îl numesc „radical". În afară de aceste teorii studiile care cercetau *fenomenul votului de clasă* (*class voting*) sau sintetizau aceste cercetări au reprezentat un important curent în sociologia politică a anilor '60. Cele trei teorii şi cercetările amintite pun accentul pe structura societală şi pe apartenența de grup (sau de clasă) a alegătorului, aceasta din urmă determinîndu-i în mare măsură opțiunea electorală. Cea mai frecventă critică adusă în special primelor lucrări inspirate de această abordare era refutarea determinismului social căreia pare să-i fie tributară chiar setul de teorii în sine: mediul social determină în mod nemijlocit comportamentul politic – privînd oarecum cetățeanul de libertatea sa de alegere.

Modelul sociopsihologic (sau psihologic) al comportamentului electoral poartă mai multe denumiri. Pe lîngă denumirile care încearcă să arunce lumină asupra abordării ştiințifice care a dat naştere modelului se mai vehiculează şi altele. DALTON, adaptînd modelul inițial, l-a denumit „modelul pîlniei cauzalității" *(the funnel of causality model of voting)*, iar cei care l-au elaborat *modelul identificării partinice* (*party identification model* – PID). Aceasta este denumirea folosită cel mai frecvent pe lîngă cea de „model Michigan" (*Michigan model*) ce reflectă apartența

academică a proponenților. Față de explicațiile de natură sociologică, premisa *modelului PID* este existența unui ataşament psihologic de lungă durată a alegătorului vizavi de un anumit partid politic. Modelul însă ține seama nu numai de presiunile societale (*social cross-pressures*) la care este supus alegătorul şi care duc la formarea acestei identificări de natură psihologică, ci şi de impactul mesajelor transmise de mass media, respectiv efectul pe care îl pot avea candidații asupra electoratului. Astfel, explicația devine mai flexibilă şi mai puțin deterministă.

În ceea ce priveşte modelele raționaliste ele se pot împărți în două mari categorii. Prima categorie este cea a abordărilor care deduc decizia electorală din considerente de natură politică (îmbinate eventual cu aspecte de natură economică), deducția sau decizia electorală împrumutîndu-şi metoda din microeconomie; iar cea de-a a doua a abordărilor care presupun că alegătorii îşi formulează opțiunea electorală pe baza unor considerente economic–utilitariste (*votul economic*).

1.4. Studiul comportamentului electoral în România – un scurt tur de orizont

După trecerea în revistă a celor mai importante rezultate obținute pe plan mondial de disciplina noastră să analizăm cercetările electorale româneşti. În anii trecuți (1990–2003) am putut observa trei tendințe. În primul rând, cunoaşterea ştiințifică acumulată în acest domeniu la nivel mondial a fost asimilată cu suficientă

repeziciune, chiar dacă mai există lacune în aplicarea acestora. În al doilea rînd am constatat înmulțirea rapidă şi de bun augur deopotrivă a institutelor de sondaje – cum ar fi *Centrul de Cercetare a Relațiilor Interetnice* (CCRIT), *Centrul de Sociologie Urbană şi Regională* (CURS), *Instututul de Marketing şi Analiză a Sondajelor* (IMAS), *Institutul de Cercetare a Calității Vieții* (ICCV), *Laboratorul Universitar de Analiză a Sondajelor* (LUAS), *MetroMedia Transilvania* – şi a sondajelor periodice (de ex. *Barometrul de opinie publică*, *Barometrul politic*, *Etnobarometrul*). În fine, au apărut şi lucrări de analiză bazate pe rezultate electorale şi sondaje. Din nefericire primele lucrări de analiză au fost *studii descriptive*, tentativele de a dezvolta teorii ale comportamentului electoral din România ce au ca fundament datele empirice colectate apărînd doar ulterior. Avînd în vedere aceste rezultate, realizarea unui bilanț retrospectiv al activității care furnizează materia primă pentru cei care studiază comportamentul electoral la nivelul teoriilor politologice, a devenit o sarcină de mare actualitate pentru cercetători. De asemenea, o altă problemă de importanță majoră este elaborarea unui nou model teoretic al comportamentului electoral din țara noastră. Două trăsături ale studiilor efectuate pînă acum motivează această afirmație. *Pro primo*: studiile de pînă acum au pus accent pe latura sociologică, nu cea politologică, a explicațiilor şi teoriilor. *Pro secundo*: teoriile amintite au încercat doar în mod sporadic să se angajeze într-un dialog fructuos cu literatura internațională, inclusiv cea referitoare la Europa Centrală şi de Est.

CONCEPTE DE BAZĂ ŞI TERMENI DE SPECIALITATE

metoda sondajelor de opinie
analizele ecologice
metoda deductivă
metoda „experimentală”

abordări sociologice
- *şcoala Columbia*
- *teoria clasică a clivajelor* (LIPSET–ROKKAN)
- *modelul radical*
- *votul de clasă (class voting)* (ALFORD, LIPSET)

eroare ecologică
eroare individualistică

modelul Michigan
- *modelul identificării partinice*
- *modelul pîlniei cauzalităţii*
- *modelul psihologic* (HARROP–MILLER)
- *modelul sociopsihologic* (DALTON)

modele elaborate în cadrul teoriei deciziilor raţionale
- *votul prospectiv*
- *votul retrospectiv*
- *alegătorul–consumator*

BIBLIOGRAFIE GENERALĂ

ALFORD, ROBERT R. *Party and Society.* Chicago: Rand McNally, 1963.

— „Class Voting in the Anglo-American Political Systems.”, in SEYMOUR MARTIN LIPSET–STEIN ROKKAN (eds.) *Party Systems and Voter Alignments. Cross–National Perspectives.* New York: The Free Press, 1967. pp. 67–93.

ALMOND, GABRIEL A.: „Political Science. The History of the Discipline.” In ROBERT E. GOODIN–HANS-DIETER KLINGEMANN (eds.): *A New Handbook of Political Science.* Oxford, 1996, Oxford University Press. pp. 50–96.

BARNES, SAMUEL H. „Electoral Behavior and Comparative Politics.”, in MARK IRVING LICHBACH–ALAN S. ZUCKERMAN (eds.) *Comparative Politics. Rationality, Culture, and Structure.* Cambridge: Cambridge University Press, 1997. (Cambridge Studies in Comparative Politics.) pp. 115–141.

BERELSON, BERNARD R.–LAZARSFELD, PAUL–MCPHEE, WILLIAM N. *Voting. A Study of Public Opinion Formation in a Presidential Campaign.* Chicago, IL: The University of Chicago Press, 1954.

BEREVOESCU, IONICA *Fețele schimbării. Românii şi provocările tranziției.* Bucureşti: Nemira, 1999.

BODOCAN, VOICU *Etnie, confesiune şi comportament electoral în Transilvania. Studiu geografic.* Cluj: Presa Universitară Clujeană, 2001.

BOUDON, RAYMOND „Acțiunea.”, în *idem* (coord.) *Tratat de sociologie.* Traducere de Delia Vasiliu şi Anca Ene.

București: Humanitas, 1997. pp. 23–63.

BULAI, ALFRED *Mecanismele electorale ale societății românești.* București: Paideia, 1999. (Colecția Științe sociale.)

CAMPBELL, ANGUS *et al. The American Voter.* New York: John Wiley, 1960.

CAMPBELL, ANGUS *et al.* (eds.) *Elections and the Political Order.* New York: John Wiley, 1966.

CARMINES, EDWARD G.–HUCKFELDT, ROBERT „Political Behavior: An Overview.", in ROBERT E. GOODIN–HANS-DIETER KLINGEMANN (eds.) *A New Handbook of Political Science.* Oxford: Oxford University Press, 1996. pp. 223–254.

CATT, HELENA *Voting Behaviour: A Radical Critique.* London: Leicester University Press, 1996. (Critical Political Studies.)

CÂMPEANU, PAVEL *De patru ori în fața urnelor.* București: Editura ALL, 1993.

COX, GARY *Making Votes Count. Strategic Coordination in the World's Electoral Systems.* Cambridge: Cambridge University Press, 1997.

DALTON, RUSSEL J. *Citizen Politics. Public Opinion and Political Parties in Advanced Industrial Democracies.* 2nd ed. Chatham, NJ: Chatham House, 1996.

DATCULESCU, PETRE „Cum a votat România.", in Revista de Cercetări Sociale, Anul I (1994 mai–iunie), nr. 1, pp. 43–61.

DISKIN, ABRAM–FELSENTHAL, DAN S. „Do they Lie?", in *International Political Science Review,* Vol. 11. (1981), pp. 403–422.

DOGAN, MATTEI „Political Science and the Other Social

Disciplines.", in ROBERT E. GOODIN–HANS-DIETER KLINGEMANN (eds.) *A New Handbook of Political Science.* Oxford: Oxford University Press, 1996. pp. 97–130.

DOWNS, ANTHONY *An Economic Theory of Democracy.* New York: Harper, 1957.

DUNLEAVY, PATRICK–HUSBANDS, CHRISTOPHER *British Democracy at the Crossroads.* London: Allen & Unwin, 1985.

FREY, BRUNO–WECK, HANNELORE „A Statistical Study of the Effect of the Great Depression on Elections: The Weimar Republic 1930–1933.", in *Political Behaviour,* vol. 5. (1983) no. 4, pp. 403–420.

HARROP, MARTIN–MILLER, WILLIAM L. *Elections and Voters. A Comparative Introduction.* London: Macmillan, 1987.

HARPER, MARCUS A. G. „Economic Voting in Postcommunist Eastern Europe.", in *Comparative Political Studies,* vol. 33, no. 9 (November 2000), pp. 1191–1227.

HEARL, DEREK–BUDGE, IAN–PEARSON, BERNARD „Distinctiveness of regional voting. A comparative analysis across the European Community countries (1979–1993).", in *Electoral Studies,* vol. 15 (1996) no. 2, pp. 167–182.

HEATH, ANTHONY *et al. How Britain Votes.* Oxford: Pergamon Press, 1985

HEATH, ANTHONY–EVANS, GEOFFREY–MĂRGINEAN, IOAN „Clasa socială şi politica în Europa de Est.", in *Revista de Cercetări Sociale,* Anul I, nr. 2 (august 1994) pp. 59–67.

ILUȚ, PETRU *Abordarea calitativă a socioumanului.* Iaşi: Polirom 1997. (Colecția Collegium. Seria Sociologie, Ştiințe politice.)

IVERSEN, TORBEN „Political Leadership and Representation in West European Democracies: A Test of Three Models of Voting.", in *American Journal of Political Science,* Vol. 38 (1994), pp. 45–74.

KITSCHELT, HERBERT „The Formation of Party Systems in East Central Europe.", in *Politics and Society,* Vol. 20 (1992), nr. 1., pp. 7–50.

— „The Formation of Party Cleavages in Post-Communist Democracies.", in *Party Politics,* Vol. 1 (1995), nr. 4., pp. 447–472.

KOLOSI TAMÁS *et al.* „The Making of Political Fields in Post-Communist Transition. Classes and Parties in Hungary 1989–90.", in BOZÓKI ANDRÁS–KÖRÖSÉNYI ANDRÁS–SCHÖPFLIN, GEORGE (eds.) *Post-Communist Transition. Emerging Pluralism in Hungary.* London: Frances Pinter, 1992. pp. 132–162.

LANE, JAN-ERIK–ERSSON, SVANTE O. *Politics and Society in Western Europe.* 3rd edition. London: Sage Publications, 1994.

LAURENT, ALAIN *L'individualisme méthodologique.* Paris: PUF, 1994. (Seria Que sais-je?)

LAZARSFELD, PAUL–BERELSON, BERNARD R.–GAUDET, HAZEL *The People's Choice. How the Voter Makes up His Mind in a Presidential Campaign.* New York–London: Columbia University Press, 1944.

LĂZĂROIU, SEBASTIAN „Călăuze şi drumeți.", in BEREVOESCU, IONICA *Fețele schimbării. Românii şi provocările tranziției.* Bucureşti: Nemira, 1999. pp.

92–125.

LIPSET, SEYMOUR MARTIN *Political Man. The Social Bases of Politics.* Baltimore, MD: The Johns Hopkins University Press, 1981.

LIPSET, SEYMOUR MARTIN–ROKKAN, STEIN „Cleavage Structures, Party Systems and Voter Alignments. An Introduction.”, in SEYMOUR MARTIN LIPSET–STEIN ROKKAN (eds.) *Party Systems and Voter Alignments. Cross-National Perspectives.* New York: The Free Press, 1967. pp. 1–64.

MADDENS, BART „Directional Theory of Issue Voting: The Case of the 1991 Parliamentary Elections in Flanders.”, in *Electoral Studies*, Vol. 15 (1996), pp. 53–70.

MILLER, WARREN E. „Political Behavior, Old and New.”, in ROBERT E. GOODIN–HANS-DIETER KLINGEMANN (eds.) *A New Handbook of Political Science.* Oxford: Oxford University Press, 1996. pp. 294–305.

MUNGIU–PIPPIDI, ALINA *Politica după comunism. Structură, cultură şi psihologie politică.* Bucureşti: Humanitas, 2002.

PIAZZA, THOMAS–SNIDERMAN, PAUL M.–TETLOCK, PHILIP E. „Analysis of the Dynamics of Political Reasoning: A General-Purpose Computer-Assisted Methodology.”, in JAMES A. STIMSON (ed.) *Political Analysis Vol. I.* Ann Arbor, MI: University of Michigan Press, 1990. pp. 99–119.

POWELL, G. BINGHAM, JR. *Contemporary Democracies: Participation, Stability and Violence.* Cambridge, MA: Harvard University Press, 1982.

RABINOWITZ, GEORGE „On the Nature of Political Issues: Insights from a Spatial Analysis.”, in *American*

Journal of Political Science, Vol. 28 (1978), pp. 793–817.

RABINOWITZ, GEORGE–ELAINE MACDONALD, STUART „A Directional Theory of Issue Voting.”, in *American Political Science Review,* Vol. 83 (1989), pp. 93–121.

ROKKAN, STEIN *Citizens, Elections, Parties. Approaches to the Comparative Study of the Processes of Development.* New York–Oslo: David McKay Company–Universitetsforlaget, 1970.

ROSE, RICHARD „Introduction.”, in *idem* (ed.) *Electoral Behavior. A Comparative Handbook.* New York: The Free Press, 1974. pp. 1–25.

— „Britain: Simple Abstractions and Complex Realities.”, in *idem* (ed.) *Electoral Behavior. A Comparative Handbook.* New York: The Free Press, 1974. pp. 481–541.

SANDU, DUMITRU *Sociologia tranziției. Valori şi tipuri sociale în România.* Bucureşti: Staff, 1996.

— *Spațiul social al tranziției.* Iaşi: Polirom, 1999. (Colecția Sociologie, antropologie. Seria Cercetări şi eseuri.)

TÓKA GÁBOR „A szavazói magatartás.” [Comportamentul electoral.] in GALLAI SÁNDOR–TÖRÖK GÁBOR (szerk.) *Politika és politikatudomány.* [Politică şi ştiință politică.] Budapest: Aula Kiadó, 2003. pp. 457–477.

URWIN, DEREK „Harbinger, Fossil or Fleabite? »Regionalism« and the West European Party Mosaic.”, in HANS DAALDER–PETER MAIR (eds.) *Western European Party Systems. Continuity and Change.* London: Sage Publications, 1983. pp. 221–256.

ÎNTREBĂRI RECAPITULATIVE ŞI TEME DE CASĂ

Întrebări:

1. ***Întrebare recapitulativă:***
   Enumerați teoriile explicative ale comportamentului electoral şi variantele acestora!

Teme de casă (Se rezolvă ÎN SCRIS)

1. **(*) *Simularea unei cercetări.* Imaginați-Vă că faceți parte dintr-o echipă de cercetare.**
   a) **Colectați *toate datele* referitoare la alegerile locale şi regionale din municipiul/oraşul/comuna şi județul unde Vă este domiciliul stabil. Expresia *toate datele* face aluzie, bineînțeles, la toate cele trei alegeri: alegerea primarilor, a consilierilor locali şi a celor județeni. Ea se referă de fapt pe de o parte la întregul ansamblu de rezultate: rata participării electorale; numărul şi procentajul de voturi obținute de către toți candidații la funcția de primar; precum şi numărul şi procentajul de voturi şi de mandate obținute de către toate partidele sau alianțele electorale. Pe de altă parte ea se mai referă şi la toate datele de sondaj – inclusiv *exit poll*-uri – legate de aceste alegeri. (Datele enumerate mai pot fi completate şi de diverse materiale de presă ce au ca subiect alegerile în cauză.) Prezentarea trebuie făcută sub forma**

unui raport (de cercetare).

b) Colectați toate materialele – sau cît mai multe materiale – publicitare pe care le-au folosit concurenții (candidații la funcția de primar şi partidele) la alegerile în cauză. (Indicaţie: Este de dorit să aveți materiale referitoare la toți candidații şi toate partidele.) Prezentarea trebuie făcută sub forma unei mape.

(Notă: În funcție de progresul cursanților simularea se poate transforma oricînd într-o cercetare reală.)

2. *Întrebare „minieseu”:* Un posibil corolar al rezultatelor empirice ale curentului „alegere în funcție de clasa socială” ar fi că egalizarea veniturilor diverselor grupuri ar şterge cele mai semnificative diferențe dintre clasele sociale. Dar LANE şi ERSSON au ajuns la concluzia că *fenomenul votului de clasă* – adică alegerea făcută în funcție de clasa socială – dar şi *conştiința de clasă* măsurată ca proporția membrilor de sindicat în rîndurile „clasei muncitoare” sînt corelate pozitiv cu o distribuție relativ egală a veniturilor. (LANE, JAN-ERIK–ERSSON, SVANTE O. *Politics and Society in Western Europe.* 3rd edition. London: Sage Publications, 1994. pp. 91–96.) Cum explicați acest lucru?

3. (I) Cum ați operaționaliza conceptul *evaluare egocentrică*? Verificați cum este operaționalizat conceptul în sondajele de opinie!

4. **(*) Proiectați un indicator pentru conceptul de *vot de clasă* şi un instrument pentru acest indicator!**

Unitatea a II-a (Capitolul 2)

COORDONATE METODOLOGICE GENERALE

OBIECTIVE ŞI GHID DE STUDIU

Obiective:

În cadrul acestui capitol vom încerca elucidăm legătura dintre psihologia politică, sociologia politică şi studiul comportamentului electoral punînd accent pe relevarea paradigmelor metodologice adecvate acestor discipline. În continuare vom recapitula cîteva concepte epistemologice şi metodologice legate de studiul comportamentului electoral, cum ar fi:

27. **cele două forme ale cunoaşterii umane – cunoaşterea comună şi cunoaşterea ştiințifică –, respectiv diferențele dintre cele două;**
28. **conceptele: teoretic şi empiric, respectiv fidelitate şi validitate.**

Ghid de studiu:

1. **Lecturarea capitolului se va face în două etape. În fiecare etapă se va parcurge cîte un subcapitol, şi anume, în prima fază se va citi**

subcapitolul referitor la paradigmele metodologice ale disciplinelor de specialitate amintite mai sus, iar în etapa a doua subcapitolul epistemologico–metodologic. ***O atenție deosebită se va acorda figurilor şi tabelelor.***

2. **Se cere de asemenea citirea fragmentelor enumerate sub titlul LECTURI OBLIGATORII (în urmarea bibliografiei generale).**
3. **Fixarea conceptelor se va face cu ajutorul tabelului Concepte de bază şi termeni de specialitate şi a întrebărilor recapitulative.**
4. **Temele de casă de la sfîrşitul unității reprezintă *activități aplicative atestate* şi urmăresc aprofundarea materialului prin utilizarea creativă a cunoştințelor dobîndite.**
5. **Se recomandă ca premergător studierii capitolului să se rezolve întrebările şi exercițiile introductive de mai jos.**

Întrebări şi exerciții introductive:

Răspundeți în scris la următoarele întrebări fără a citi materialul aferent capitolului 2.

1. **Ce înseamnă conceptele teoretic şi empiric?**
   a) **Încercați să oferiți o definiție proprie!**
   b) **Încercați să Vă reamintiți definițiile învățate pînă acum! Căutați cît mai multe (sau cît mai adecvate) definiții în diferite surse bibliografice! (Indicați sursele bibliografice în cadrul răspunsului!)**
2. **Ce înseamnă conceptele fidelitate şi validitate?**

a) Încercați să oferiți o definiție proprie!

b) Încercați să Vă reamintiți definițiile învățate pînă acum! Care sînt „speciile” de fidelitate şi validitate pe care le cunoaşteți?

c) Căutați în bibliografie şi oferiți o clasificare pentru „speciile” de fidelitate şi validitate! Oferiți definiții cît mai adecvate pentru „speciile” de validitate! (Indicați sursele bibliografice în cadrul răspunsului!)

Capitolul 2

COORDONATE METODOLOGICE GENERALE

2.1. Caracter interdisciplinar şi paradigmă metodologică

Studiul comportamentului electoral prezintă, pe de o parte, interes deopotrivă pentru politologi, sociologi şi psihologi. Pe de altă parte poate fi privită ca domeniul de interferență al sociologiei politice, al psihologiei politice şi al teoriei comunicării politice. De menționat este şi faptul că în ceea ce priveşte latura psihologică abordările cognitiviste joacă un rol din ce în ce mai important. Acest pluralism disciplinar se reflectă în multitudinea problemelor abordate, în diversitatea metodelor de cercetare aplicate şi nu în ultimul rînd în paradigmele metodologice adoptate. În ştiințele sociale, în general, paradigma şi metoda adaptată depind de viziunea ontologică pe care cercetătorul şi-a format-o despre realitatea empirică înconjurătoare. În psephologie, în particular, situația este mai nuanțată datorită prezenței complementare a abordărilor care operează cu alegători individuali şi date de nivel individual, precum şi a acelora care operează cu (date) agregate spațiale sau temporale. În aceste condiții metoda adoptată – şi implicit – şi paradigma ce constituie fundamentul primeia variază în funcție de problema investigată, adică efecte agregate legate de sistemul politic sau de structura socială, respectiv aspecte ale comportamentului individual. Tabelul 2.1. încearcă să sintetizeze cele două viziuni ontologice din ştiințele sociale, cea holistă şi cea

individualistă împreună cu consecințele metodologice ale acestora.

29. **Definiții:**

***Holismul/colectivismul metodologic*:**

înseamnă luarea socialului ca întreg şi a caracteristicilor acestuia ca punct de pornire în analiza fenomenelor şi a proceselor sociale, respectiv a comportamentelor individuale sau de grup.

***Individualismul metodologic*:**

Este tradiția filosofică ce ia (acțiunea) actorul(ui) social ca unitate de analiză, considerînd că socialul rezultă din interacțiunea actorilor care vin în contact.

Pentru a ilustra logica acestor două paradigme metodologice să considerăm exemplul naționalismului. *Holismul* (sau *colectivismul*) *metodologic* porneşte de la existența naționalismului ca ideologie şi/sau mişcare socio-politică. Datorită prezenței sale în societate, ideologia naționalistă îşi poate pune amprenta pe procesul de socializare politică ce modelează sistemul de valori al anumitor alegători şi afectează personalitatea politică a acestora. Respectivii alegători vor deveni naționalişti. Sistemul de valori internalizat de către ei, personalitatea lor (politică) sau în anumite cazuri şi interesele lor îi vor determina să-şi asume obiectivele mişcării în cauză şi să adere la aceasta. *Individualismul metodologic* parcurge această secvență logică în sens invers, explicînd existența naționalismului ca ideologie şi a mişcării politice corespunzătoare pornind de la constatarea că există indivizi a căror socializare, personalitatea lor rezultată din aceasta, precum şi sistem lor de valori fac ca tema națiunii să le marcheze în mod semnificativ atitudinile şi comportamentul. Ei sînt naționaliştii – prin definiție. Deoarece împărtăşesc anumite trăsături socio-psihologice şi posibil şi diverse interese, ei sînt predispuşi la acțiune colectivă. Probabil că sînt chiar capabili să întreprindă asemenea acțiuni. Astfel ia naştere mişcarea naționalistă care ulterior îşi va

articula şi ideologia. (Sau eventual prima dată are loc agregarea atitudinilor, valorilor, cunoştinţelor politice şi intereselor naţionaliştilor, ce are ca rezultat formularea ideologiei naţionaliste care ulterior va exercita o forţă mobilizatoare asupra naţionaliştilor.)

Tabelul 2.1. – Ontologie şi paradigmă metodologică în ştiinţele sociale

	Perspectiva holistă	***Perspectiva individualistă***
Esenţa	**Universul socio-politic se constituie din unităţi la scară largă (de pildă aparate guvernamentale, clase sociale etc.). Tocmai aceste entităţi de „dimensiuni” mari reprezintă importanţă în cea ce priveşte înţelegerea lumii înconjurătoare şi, prin urmare, cercetarea socială trebuie să le trateze pe acestea ca unităţile**	**Universul socio-politic este format în primul rînd din unităţi mici (de pildă indivizii umani sau familiile). Tocmai acestea reprezintă importanţă în cea ce priveşte înţelegerea lumii înconjurătoare şi, prin urmare, cercetarea socială trebuie să le trateze pe acestea ca unităţile fundamentale ale analizei.**

	fundamentale ale analizei.	
Domenii ştiinţifice	**Ecologia şi sociologia**	**Psihologia şi (micro)economia**
Unitatea de analiză	**Studiază deopotrivă entităţi la scară largă: societăţi, respectiv ecosisteme.**	**Studiază deopotrivă indivizi sau grupuri mici de indivizi.**
Paradigma metodologică	***holismul/ colectivismul metodologic***	***individualismul metodologic***

Sursă: **Adaptat după DAVID M. SILBERGH** ***Doing Dissertation in Politics: A Student Guide.*** **London–New York: Routledge, 2001. pp. 6–7.**

Psihologia ca ştiinţă socială şi psihologia politică văzută ca un subdomeniu al ştiinţei politice exemplifică cel mai bine disciplinele bazate pe această paradigmă. Liderii politici, comportamentul politic de masă şi opinia publică sînt analizate în mod tradiţional din perspectiva acestei paradigme. În cazul fenomenelor de masă se presupune că opiniile şi comportamentele colective se pot reconstitui dintr-un număr suficient de mare de opinii şi comportamente individuale. În mod similar sociologul – specialistul unui domeniu ştiinţific în care holismul metodologic este cel tradiţional şi individualismul metodologic reprezintă noutatea şi dă naştere la controverse – poate observa doar fapte, evenimente şi procese singulare, urmînd să tragă concluzii pe baza acestora servindu-se de cunoaşterea unor regularităţi statistice. Pornind de la aceste observaţii se poate enunţa *postulatul tare al individualismului metodologic:*

[S]ocialul, în diversele niveluri, poate fi înţeles prin luarea în considerare a motivaţiilor,

scopurilor – şi corespunzător a comportamentelor derivate de aici – ale actorilor sociali; socialul rezultă din adiționarea, agregarea sau interdependența acțiunilor actorilor.

În acest fel, individualismul metodologic *oferă un răspuns la întrebarea referitoare la unitățile de analiză ce ar trebui folosite în cercetarea socială*. O temă conexă este *individualismul conceptual* ce caracterizează multe cercetări în cadrul psihologiei politice. Spre deosebire de sociologia politică – prin conceptele pe care le utilizează – psihologia politică tinde să ignore legăturile pe care oamenii le dezvoltă între ei, apartenența lor de grup şi înglobarea (*embededdness*) lor în structurile societale şi politice din care fac parte. Într-adevăr, o vreme îndelungată în studiul comportamentului politic s-a folosit un instrumentar conceptual ce nu acorda suficientă importanță rădăcinilor sociale ale indivizilor şi nici percepțiilor sau atitudinilor lor referitoare la alte persoane, respectiv la comunitatea din care fac parte. Prin accentul pus nu pe unitatea de analiză, ci pe conceptele cu care operează cercetătorul, individualismul conceptual – ca şi consecință a individualismului metodologic – *oferă un răspuns la întrebarea referitoare la variabilele ce ar trebui folosite în cercetarea socială.*

În cercetările electorale abordarea, după cum am mai spus, depinde de problematica studiată, iar nivelul de analiză la care se manifestă aceasta ne arată din prismă cărei paradigme trebuie atacată tema cercetării. (Vezi Tabelul 2.2.)

Însă un dram de precauție este binevenit. După cum sociologia politică nu este teritoriul rezervat în exclusivitate holismului metodologic, nu trebuie să exagerăm cu paradigma şi conceptele individualiste nici în psihologia politică folosindu-ne şi de concepte împrumutate din sociologie, psihologie socială şi psihologie transculturală (*cross-cultural psychology*).

Cele prezentate succint în acest subcapitol ce tratează de fapt paradigmele metodologice tradiționale ale ştiințelor sociale la confluența cărora se situează studiul comportamentului electoral ne atrag atenția asupra necesității abordării pluri-, inter- şi transdisciplinare în psephologie, punînd accent totodată şi pe pluralismul metodologic, pe găsirea abordării teoretice şi metodologice adecvate temei investigate. (Vezi Figura 2.1.)

Tabelul 2.2. – Nivel de analiză şi paradigmă metodologică

NIVEL DE ANALIZĂ	ARIA DE INTERES	PARADIGMA METODOLOGICĂ
Macrosocial/macropolitic (*macropolitică*)	**societatea (în ansamblul ei); sistemul politic, instituțiile (elementele „tari” – *hard* – ale sistemului politic)**	***holismul metodologic***
Microsocial/micropolitic (*micropolitică*)	**individul şi caracteristicile sale personale; motivațiile, atitudinile şi comportamentul individual al acestuia (elementele „moi” – *soft* – ale sistemului politic)**	***individualismul metodologic***

Figura 2.1. – Caracterul inter- şi transdisciplinar al studiului comportamentului electoral

Sociologia 3 Teoria

comuni-

politică cării politice

2

1

LEGENDĂ:

1 – Psihologia socială
2 – Psihologia politică
3 – Studiul comportamentului electoral

2.2. Cunoaştere şi măsurare

Ştiinţele sociale se confruntă cu cîteva dificultăţi în ceea ce priveşte statutul lor ştiinţific. Aceste dificultăţi nu caracterizează ştiinţele exacte şi izvorăsc tocmai din particularităţile ştiinţelor socio-umane care în comparaţie cu primele:

30. **sînt mai tinere, ceea ce implică un nivel inferior al dezvoltării metodologiei şi a conceptelor;**
31. **şi în plus, caracterul schimbător al indivizilor umani – care pot fi angrenaţi într-un proces de schimbare chiar în timp ce sînt studiaţi sau îşi schimbă comportamentul tocmai datorită faptului că sînt studiaţi – afectează precizia şi certitudinea rezultatelor.**

O dilemă adiţională a cercetării sociale constatată cu oarecare autoironie şi de NORMAN GOODMAN o

constituie faptul că socialul este mai accesibil oricui decît lumea atomilor, a celulelor sau a numerelor, funcțiilor şi a ecuațiilor. Prin urmare se crează impresia că oricine se poate pricepe la ştiințele sociale (cum ar fi politologia, sociologia şi psihologia) sau că acestea într-o anumită măsură „studiază şi constată ceea ce este evident". *Accesibilitatea ontică* a socio-umanului pentru orice subiect cunoscător rezultă din faptul că în acest caz oamenii interacționează cu entități avînd acelaşi ordin de mărime (sau aceeaşi dimensiune) ca şi ei. În plus, ei se confruntă cu realități cu care nu numai că vin în contact direct, dar despre care „dezvoltă şi împărtăşesc credințe, explicații, motivații, valori şi simboluri comune". Astfel ia naştere *cunoaşterea comună* (sau *conştiința comună*).

32. Cunoaşterea comună şi cunoaşterea ştiințifică

De fapt adevărata dilemă a politologiei, sociologiei şi a psihologiei nu este nici aparenta accesibilitate ontică a socio-umanului şi nici faptul că ele studiază lucruri evidente, simple, triviale. Dimpotrivă, faptul că *„distanța dintre cunoaşterea comună şi cea ştiințifică este mai mică decît în zonele specifice altor ştiințe"* poate fi privită ca un avantaj deoarece uşurează sarcina cercetătorilor în ceea ce priveşte credibilitatea ştiințelor socio-umane şi permite cunoaşterii comune să sugereze direcții de cercetare. Dar această stare de fapt are şi părțile ei negative. Nu mă refer aici la datoria cercetătorilor sociali de a face lumină, ci la faptul că multe păreri ce aparțin domeniului conştiinței comune „sînt, pur şi simplu, neadevărate". Ştiința are menirea

de a confirma sau infirma aceste păreri, de a le clarifica. Bineînțeles, în urma muncii de cercetare elementele cunoaşterii ştiințifice pot deveni, şi adesea devin, elemente ale cunoaşterii comune.

2.2.1. Teoretic şi empiric

Avînd în vedere cele de mai sus, devine evident că ceea ce oferă ştiințele sociale diferă de cunoştințele pe care orice persoană le poate poseda despre socio-politic şi în parte şi de informațiile despre realitatea politico-socială pe care gazetarii le furnizează prin intermediul editorialelor. Spre deosebire de acestea comunicările făcute de teoreticienii şi cercetătorii care studiază realitățile sociale trebuie să respecte anumite criterii impuse de principiul rigurozității ştiințifice.

> **[S]ociologii nu acceptă o afirmație ca pe un fapt doar pentru că „toată lumea ştie acest lucru". Dimpotrivă, fiecare informație trebuie testată şi notată, iar la urmă analizată prin prisma relației sale cu alte date. Sociologia se bazează pe studii ştiințifice pentru a descrie şi înțelege mediile sociale. Se poate ca uneori rezultatele obținute de sociologi să pară a fi bazate doar pe simțul comun, deoarece tratează aspecte ale vieții cotidiene. Tocmai din această cauză este important să accentuăm faptul că rezultatele de acest gen au fost *testate* de către cercetători.**

Cunoaşterea ştiințifică se deosebeşte de cunoaşterea comună în primul rînd prin faptul că ea constituie sinteza teoriei, metodei şi a datelor empirice

(faptice). În plus, trebuie subliniat faptul că prin metodă înțelegem metode ştiințifice şi că ştiința face uz şi de un limbaj ştiințific. (Vezi Figura 2.2.)

Figura 2.2. – Triunghiul ştiințelor sociale

Teorie Date

Metodă

Limbajul ştiințific are menirea de a asigura rigoarea, exactitatea ştiințifică. În viziunea filozofului RUDOLF CARNAP acesta se structurează pe două niveluri: cel al limbajului analitic şi cel al limbajului empiric. *Limbajul analitic* stabileşte relații de corespondență între noțiuni, concepte în timp ce *limbajul empiric* stabileşte relații de corespondență între anumite concepte şi realitatea dată (şi observabilă) în mod nemijlocit. Prin urmare în comunicarea ştiințifică – în conformitate cu aceste două niveluri ale limbajului ştiințific – avem de a face cu două tipuri de definiții ale conceptelor: *definițiile reale* (care utilizează limbajul empiric) şi *definițiile nominale* (care utilizează limbajul analitic).

Concluziile la care ajung cercetătorii – împreună cu premisele – vor fi prezentate sub forma unor teorii. *Teoria* reprezintă o sistematizare a noțiunilor, dar la fel de bine o putem concepe şi ca o sistematizare a

faptelor – fiind astfel un rezultat al observației – sau un instrumentar şi cadru definitoriu ce ne permite să facem diverse observații. Ea cuprinde în general modele explicative (teorii într-un sens mai restrîns), ipoteze etc. *Empiricul* reprezintă studierea realității observabile în mod nemijlocit, culegerea de date efective despre aceasta cu ajutorul unor metode speciale. Modul în care am definit *teoria (teoreticul)* se leagă de noțiunea *ciclului deductiv-inductiv* al cercetării sociale. (Vezi Figura 2.3.)

Acest ciclu pe care cercetătorii trebuie să îl parcurgă în cursul elaborării lucrărilor ştiințifice ascunde două capcane: capcana mincinosului şi capcana trişorului. *Capcana mincinosului* se referă la ipotezele de la care porneşte cercetătorul social. Să presupunem că el construieşte o teorie cauzală ce relaționează efectul *y* (exclusiv) de cauza *x*. Dacă în acest caz urmăreşte apariția cauzei *x*, observînd că aceacta provoacă efectul *y* şi trage concluzia că teoria i s-a confirmat, a căzut tocmai în capcana de care vorbim. Deoarece nu a testat ipoteze alternative referitoare la alte cauze posibile *x'*, *x"* etc. sau la acțiunea simultană a cauzelor *x*, *x'* şi *x"* etc. *Capcana trişorului* constă în testarea repetată a unei teorii pe acelaşi set de date. Cercetătorul ipotetic la care ne referim poate testa o teorie pe care a elaborat-o pe un set de date cu scopul de a îmbunătăți teoria în cauză. După prima confruntare a observațiilor empirice şi a generalizărilor făcute pe baza acestora rezultă o serie de amendamente pe care el le poate încorpora în teorie. Dacă în continuare va retesta teoria modificată şi îmbunătățită pe acelaşi set de date, vor rezulta noi

amendamente care pot fi aduse versiunii anterioare. Aceste operații – ciclul în sine – se poate repeta pînă în momentul în care observațiile empirice susțin întru totul ipoteze teoretice (teoria), nefiind necesar nici un amendament. Enunțarea teoriei ca fiind corectă, odată ce s-a ajuns în situația descrisă, reprezintă tocmai capcana. Pentru că teoria ar trebui testată şi pe seturi alternative de date, căci testarea repetată pe setul inițial şi amendamentele succesive conduc în mod inevitabil, la un moment dat, la congruența perfectă a teoriei şi a datelor.

Conceptul de ciclu deductiv-inductiv al cercetării sociale ne permite mai departe, şi oarecum legat de cazul ipotetic anterior, enunțarea unui foarte important criteriu pe care teoria trebuie să o satisfacă, şi anume, *criteriul falsicabilității*. În formularea lui KARL POPPER aceasta reprezintă cerința ca un sistem ştiințific să fie nu acceptabil în sens pozitiv – odată şi pentru totdeauna – ci să aibă o formă logică ce să permită verificarea în sens negativ al acestuia, adică *falsificarea* (*infirmarea*).

Figura 2.3. – Ciclul deductiv-inductiv al cercetării sociale

TEORIE

(asumpții abstracte redactate într-un format logic corespunzător regulilor)

Elaborarea conceptelor

şi stabilirea, formularea relațiilor dintre concepte

Formularea

presupozițiilor

(predicțiilor cu privire la legături relații între concepte)

Generalizarea constatărilor referitoare la relațiile dintre variable

DEDUCȚIE

Prelucrarea datelor

(Identificarea relațiilor observate /observabile/ între diverşii indicatori empirici)

INDUCȚIE

Sursă: **Adaptat după JAROL B. MANHEIM–RICHARD C. RICH *Empirical Political Analysis. Research Methods in Political Science.* 4th. ed. White Plains, NY: Longman Publishers, 1995.p. 81.**

OBSERVAȚII
(măsurători empirici)
Formularea de
ipoteze de lucru
(predicții referitoare la relații între indicatori empirici)
Operaționalizare
Formularea de
IPOTEZE
(predicții concrete referitoare la relații între variabile)

2.2.2. Fidelitate şi validitate

Noţiunile teoretice au, de obicei, o valabilitate generală (sînt aplicabile oriunde în timp şi spaţiu). În tratarea lor empirică se efectuează măsurători asupra lor, scop în care cercetătorii pot folosi date disponibile anterior sau colectate şi generate de ei înşişi. *Măsurarea* presupune exprimarea *conceptelor teoretice* cu ajutorul unor *indicatori empirici*, adică prin intermediul unor realităţi sau *concepte empirice*, care ne sînt – sau ne pot deveni – cunoscute (în mod nemijlocit). Acest lucru se realizează de obicei în două etape. Prima dată trebuie să *operaţionalizăm* noţiunea definită teoretic (sau conceptual). Procedeul implică formularea *definiţiei operaţionale* a conceptului teoretic respectiv ceea ce înseamnă găsirea sau elaborarea unor indicatori empirici corespunzători scopului cercetării. Această operaţie reprezintă primul pas al măsurării. Măsurarea propriu-zisă, extensia operaţionalizării, devine posibilă numai din moment ce acestor indicatori empirici le asociem nişte date concrete sau diverse instrumente de colectare şi/sau de generare a datelor. (Acest al doilea pas se numeşte *instrumentare*). Tabelul 2.3. prezintă în detaliu etapele procesului ce conduce de la concepte abstracte la date concrete, „palpabile”.

Tabelul 2.3. – De la noţiuni abstracte la date concrete

Primul pas		Al doilea pas	Al treilea pas	Al patrulea pas

DEFINIȚIE TEORETICĂ (CONCEPTUALĂ)	*(analiza sensurilor)* **DEFINIȚIEI TEORETICE**	**VARIABILE** (alegere a acelora pe care le vom utiliza)	**DEFINIȚIE OPERAȚIONALĂ** ***INDICATORI EMPIRICI*** (alegerea sau elaborarea lor)	***INSTRUMENTARE*** ***DATE, INSTRUMENT*** (alegerea surselor de date şi/sau a instrumentelor)

Sursă: Adaptat după LOUISE G. WHITE *Political Analysis. Technique and Practice.* 3rd ed. Belmont, CA: Wadsworth Publishing Company, 1993. p. 147.

Aceste două (sau patru) etape nu sînt nicidecum neproblematice, căci pentru a măsura ceva putem adopta diferiți indicatori; mai mult, un anumit indicator poate măsura diferite lucruri. Pentru a evita dificultățile şi a evalua corectitudinea sau credibilitatea cercetării sociale folosim două criterii: *fidelitatea* şi *validitatea*. În primul rînd indicatorul folosit – măsura folosită – într-o cercetare trebuie să fie capabilă, pe de o parte, să separe cazurile distincte din punct de vedere empiric şi analitic, iar pe de altă parte, să permită o măsurătoare repetabilă şi consistentă în timp şi spațiu – adică să reprezinte o măsură „stabilă” şi credibilă a conceptului teoretic examinat. Într-un cuvînt, partea a doua a frazei de mai sus reprezintă cerința ca măsura să fie una

***fidelă*.** **Rămîne însă problema de a fi găsit o variabilă adecvată scopului măsurării conceptului în cauză. Calitatea variabilei de a corespunde acestui scop este *validitatea*. O măsură (un indicator, un indice sau o scală) este valid(ă) în cazul în care ea/el măsoară cu adevărat ceea ce afirmăm că măsoară sau ceea ce ar trebui să măsoare.**

Fidelitatea şi validitatea au diferite interpretări. Dintre acestea definim aici patru aspecte importante ale validităţii: validitatea nominală, validitatea de conţinut, validitatea conceptuală (sau de construct) şi validitatea criterială.

33. ***Validitatea nominală* – confundată adesea cu *validitatea de conţinut* – nu este o metodă „foarte" ştiinţifică de apreciere a validităţii. Ea se referă la modul în care operaţionalizarea unui concept teoretic corespunde cu sensul obişnuit, cotidian al termenului.**
34. ***Validitatea de conţinut* se referă la măsura în care instrumentul sau indicatorul folosit (ori setul de indicatori folosiţi) pentru măsurarea unei variabile/unui concept teoretic(e) acoperă în întregime sensul sau sensurile variabilei/conceptului abordat(e).**
35. ***Validitatea criterială* (sau *de criteriu*) reprezintă gradul de corespondenţă – sau, folosind un termen mai strict de specialitate, corelaţia – dintre indicatorul folosit şi un criteriu extern referitor la acelaşi fenomen, concept sau caracteristică (luîndu-se în considerare acele unităţi de observaţie pentru care se pot efectua măsurători şi pentru care**

criteriul este aplicabil). (De exemplu un criteriu de validare al examenului de conducere a autovehiculelor poate fi numărul contravenţiilor şi/sau al accidentelor rutiere comise de cei care au trecut examenul respectiv.)

36. ***Validitatea conceptuală (sau de construct)*** **este cea mai valoroasă, dar şi cea mai dificilă metodă de evaluare a validităţii. Ea se referă la cît de bine este operaţionalizat un concept printr-un instrument. (Acest lucru implică şi găsirea unui indicator cît mai bun, adică validitatea de conţinut.) Validitatea conceptuală înseamnă totodată validarea prin cercetare empirică a măsurii. Cu alte cuvinte ea poate fi estimată prin prisma corelaţiei indicatorului cu alte variabile. Astfel, estimarea validităţii conceptuale a unui indicator presupune verificarea empirică, prin intermediul indicatorului evaluat, a corelaţiilor enunţate în cadrul unei teorii ce implică noţiunea în cauză. Dacă aceste corelaţii nu se confirmă empiric, atunci fie planează semne de întrebare asupra teoriei, fie indicatorul nu este valid din punct de vedere conceptual.**

OBSERVAŢII IMPORTANTE:

1. **Validitatea se referă la *variabila* (*conceptul empiric* sau *variabila-măsură*) prin intermediul căreia exprimăm sau interpretăm conceptul teoretic investigat, în timp ce fidelitatea se referă la *entitatea empirică observabilă în***

mod nemijlocit şi asociată variabilei-măsură (*indicatorul* sau *item*-ii respectivi).

2. Există o anumită tensiune între fidelitate şi validitate. O măsură poate fi fidelă fără să fie validă şi invers. Dar pentru domeniile de cercetare caracterizate de preponderența abordării cantitative şi nomotetice partea a doua a afirmației anterioare nu mai este adevărată. Orice măsură validă este în acelaşi timp şi fidelă, deoarece validitatea este periclitată atît de erorile sistematice şi aleatorii de măsurare, iar fidelitatea numai de cele aleatorii.

CONCEPTE DE BAZĂ ŞI TERMENI DE SPECIALITATE

holism metodologic
individualism metodologic

postulatul tare al individualismului metodologic

individualism conceptual

macropolitică
micropolitică

cunoaştere comună (conştiință comună)

ciclul deductiv-inductiv al cercetării sociale

capcana mincinosului
capcana trişorului

criteriul falsificabilității

definiție teoretică (conceptuală)
definiție operațională

operaționalizare

teorie (teoretic)
empiric

limbaj ştiinţific
- ***limbaj analitic***
- ***limbaj empiric***

definiţie nominală
definiţie reală

fidelitate

validitate
- ***validitate nominală***
- ***validitate de conţinut***
- ***validitate criterială (validitate de criteriu)***
- ***validitate conceptuală (validitate de construct)***

BIBLIOGRAFIE GENERALĂ

BABBIE, EARL *Survey Research Methods.* 2nd ed. Belmont, CA: Wadsworth Publishing Company, 1990.

— *The Practice of Social Research.* 8th ed. Belmont, CA: Wadsworth Publishing Company, 1998.

BULAI, ALFRED *Mecanismele electorale ale societății româneşti.* Bucureşti: Paideia, 1999. (Colecția Ştiințe sociale.)

CARMINES, EDWARD G.–ZELLER, RICHARD A. *Reliability and Validity Assessment.* Newbury Park, CA–London: Sage Publications, 1995. (Sage University Papers. Series: Quantitative Applications in the Social Sciences. 17.)

DRUWE, ULRICH *Studienführer Politikwissenschaft.* 2. Auflage. Neuried: ars una, 1994. (Politikwissenschaft aktuell. Band 1. Reihe Lehre.)

FELDMAN, STANLEY–STEENBERGEN, MARCO R. „Beyond Self-Interest, Toward Other-Directedness: Prosocial Orientations and Political Behavior.”, in MICHAEL X. DELLI CARPINI–LEONIE HUDDY–ROBERT Y. SHAPIRO (eds.) *Rethinking Rationality. Research in Micropolitics*. Greenwich, CT: JAI Press, 1996, pp. 61–93.

FISICHELLA, DOMENICO *Ştiința politică. Probleme, concepte, teorii.* Chişinău: Universitatea de Stat din Moldova, 2000.

FREY, BRUNO–WECK, HANNELORE „A Statistical Study of the Effect of the Great Depression on Elections: The Weimar Republic 1930–1933.”, in *Political Behaviour,* vol 5. (1983) no. 4, pp. 403–420.

GOODMAN, NORMAN *Introducere în sociologie.* Bucureşti:

LIDER, s.a. (Seria Cultură generală.)
ILUȚ, PETRU *Abordarea calitativă a socioumanului.* Iaşi: Polirom 1997. (Colecția Collegium. Seria Sociologie, Ştiințe politice.)
LANE, ROBERT E. „Personality, Political.”, in DAVID L. SILLS *The International Encyclopedia of the Social Sciences.* Reprint edition. Vol. 12. New York–London: The Macmillan Company & The Free Press — Collier–Macmillan Publishers, 1972. pp. 13–21.
LAZARSFELD, PAUL–BERELSON, BERNARD R.–GAUDET, HAZEL *The People’s Choice. How the Voter Makes up His Mind in a Presidential Campaign.* New York–London: Columbia University Press, 1944.
LITWIN, MARK S. *How To Measure Survey Reliability and Validity.* Thousand Oaks, CA–London: Sage Publications, 1995. (The Survey Kit 7.)
MANHEIM, JAROL B.–RICH, RICHARD C. *Empirical Political Analysis. Research Methods in Political Science.*
ROTARIU, TRAIAN–ILUȚ, PETRE *Ancheta sociologică şi sondajul de opinie. Teorie şi practică.* Iaşi: Polirom, 1997.
ROTARIU, TRAIAN–ILUȚ, PETRE (coord.) *Sociologie.* Ediția a II-a. Cluj-Napoca: Editura Mesagerul, 1996.
SCHAEFER, RICHARD T.–LAMM, ROBERT P. *Sociology.* 5th ed. New York: McGraw–Hill, 1995.
SCHUTT, RUSSEL K. *Investigating the Social World. The Process and Practice of Research.* Thousand Oaks, CA: Pine Forge Press, 1996.
SILBERGH, DAVID M. *Doing Dissertation in Politics: A Student Guide.* London–New York: Routledge, 2001.
SIRKIN, R. MARK *Statistics for the Social Sciences.* Thousand Oaks, CA–London: Sage Publications,

1995.
SZABÓ MÁTÉ „A szabadság rendje. Társadalmi mozgalmak, politikai tiltakozás, politikai szervezetek a magyarországi rendszerváltás folyamatában.” [Ordinea libertăţii. Mişcări sociale, protest politic şi organizaţii politice în procesul tranziţiei din Ungaria.] *Politikatudományi Szemle,* IV. évfolyam (1995) 4. szám, pp. 51–77.
WHITE, LOUISE G. *Political Analysis. Technique and Practice.* 3rd ed. Belmont, CA: Wadsworth Publishing Company, 1993.

LECTURI OBLIGATORII

BABBIE, EARL *The Practice of Social Research.* 8th ed. Belmont, CA: Wadsworth Publishing Company, 1998. pp. 129–136.
BULAI, ALFRED *Mecanismele electorale ale societăţii româneşti.* Bucureşti: Paideia, 1999. (Colecţia Ştiinţe sociale.) pp. 42–50.
ROTARIU, TRAIAN–ILUŢ, PETRE *Ancheta sociologică şi sondajul de opinie. Teorie şi practică* Iaşi: Polirom, 1997. (Secţiunea 4.2: pp. 97–102.) [PolSci: ROT/APE]
ROTARIU, TRAIAN–ILUŢ, PETRE (coord.) *Sociologie.* Ediţia a II-a. Cluj-Napoca: Editura Mesagerul, 1996. (Secţiunea 3.2.: pp. 26–28.)

ÎNTREBĂRI RECAPITULATIVE ŞI TEME DE CASĂ

Întrebări recapitulative

37. **Ce înseamnă conceptele: holism metodologic, individualism metodologic şi individualism conceptual?**
38. **Enunțați postulatul tare al individualismului metodologic!**
39. **Ce înseamnă criteriul falsificabilității?**
40. **Ce înseamnă conceptele macropolitică şi micropolitică?**

Teme de casă (Se rezolvă ÎN SCRIS)

1. **Citiți cu atenție ultimul subcapitol al capitolului I. şi primul subcapitol al capitolului II. al cărții ALFRED BULAI *Mecanismele electorale ale societății româneşti.* Bucureşti: Paideia, 1999. (Colecția Ştiințe sociale.) (pp. 42–50.). Scrieți pe baza acestora două materiale de dezbatere (*position paper*) în care tratați următoarele chestiuni:**
    41. **prejudecățile referitoare la studierea electoratului şi a votului, precum şi observațiile pe care le face autorul în această privință;**
    42. **„legitimitatea” diferitelor abordări (sociologică, psihologică, polit/olog/ică sau microeconomică) ale comportamentului electoral şi opinia autorului în această problemă, inclusiv avantajele şi dezavantajele pe care le are în vedere.**

(*Volum recomandat:* cîte 1,5–2,5 pagini la un rînd.)

2. **Apreciați cu ajutorul tabelui de mai jos validitatea indicatorului empiric *autoîncadrare* în cazul prezenței la vot. Ce putem spune despre nivelul de educație în contextul indicatorului empiric în cauză?**

Distribuția nivelului de educație în funcție de indicatorii validității autoîncadrării (*self-reported vote*) (National Election Study – 1980)

		Nivelul de educație							
Autoîncadrarea respondenților după alegeri	**Validare pe baza datelor SRC[a)]**	**Cu studii medii începute**		**Cu studii medii (absolvenți de liceu)**		**Cu studii superioare (colegiu) început**		**Cu studii superioare (absolvenți de colegiu)**	
		%	**(*N*)**	**%**	**(*N*)**	**%**	**(*N*)**	**%**	**(*N*)**
Procentajul respondenților în funcție de autoîncadrare şi validare									
A spus că nu a votat	**Nu a votat**	**42,9**	**(145)**	**29,8**	**(139)**	**22,1**	**(58)**	**8,0**	**(18)**
A spus că a votat	**Nu a votat**	**8,6**	**(29)**	**11,1**	**(52)**	**11,8**	**(31)**	**10,2**	**(23)**
A spus că a votat	**A votat**	**47,9**	**(162)**	**58,7**	**(274)**	**65,8**	**(173)**	**81,9**	**(185)**
A spus că nu a votat	**A votat**	**0,6**	**(2)**	**0,4**	**(2)**	**0,4**	**(1)**	**0,0**	**(0)**

TOTAL	**100**	**(338)**	**100**	**(467)**	**100**	**(263)**	**100**	**(226)**

a) SRC – Survey Research Centre (Universitatea din Michigan)

Sursă: **BARBARA A. ANDERSON–BRIAN D. SILVER „Measurement and Mismeasurement of the Validity of the Self-Reported Vote.", in *American Journal of Political Science,* vol. 30 (1986) p. 781.**

Unitatea a III-a (Capitolul 3)

ELEMENTE METODOLOGICE SPECIFICE

OBIECTIVE ŞI GHID DE STUDIU

Obiective:

În cadrul acestui capitol vom trece în revistă:

43. **(pe scurt) istoricul sondajelor politice şi a tehnicilor de eşantionare folosite în cadrul lor punînd accent pe începuturile acestui tip de cercetare sociologică–politologică;**
44. **tipurile, categoriile şi sursele de erori, respectiv măsurile de acuratețe ale prognozelor politice;**
45. **o serie de tehnici speciale de investigare a comportamentului electoral;**
46. **efectele psihologice – independente de**

erorile menționate mai sus – care afectează sprijinul politic (aparent sau real) de care beneficiază candidații în timpul campaniilor electorale şi care pot provoca erori de predicție datorită faptului că aceste „distorsiuni” se reflectă în rezultatele sondajelor de opinie (politică).

Tehnicile speciale de cercetare vor fi exersate în parte prin intermediul **Temei nr. 2**, iar în rest vor fi descrise de instructor în cadrul întîlnirii cu studenții.

Ghid de studiu:

1. Lecturarea capitolului se va face în patru etape. În fiecare etapă se va parcurge cîte un subcapitol, şi anume: în prima fază se va citi subcapitolul referitor la istoricul eşantionării şi a sondajelor, în faza a doua cel despre erori şi măsuri de acuratețe, în faza a treia cel care descrie tehnicile speciale de sondare a opiniei publice, iar în ultima fază cel care tratează efectele psihologice distorsionante observabile în timpul campaniilor electorale. (O atenție deosebită se va acorda figurilor şi tabelelor, însă nu se cere memorarea formulelor din **subcapitolul 3.2.**)
2. Se cere de asemenea citirea fragmentului specificat sub titlul **LECTURĂ OBLIGATORIE** (în urmarea bibliografiei generale).
3. Fixarea conceptelor se va face cu ajutorul tabelului **Concepte de bază şi termeni de specialitate** şi a întrebărilor recapitulative.

4. **Temele de casă din această unitate urmăresc repetarea cunoştinţelor acumulate la alte discipline (Tema nr. 1) sau dobîndirea unor cunoştinţe noi (Tema nr. 2 – inclusă în modulul experimental-aplicativ). Numai aceasta din urmă este o *activitate aplicativă atestată*. În consecinţă, deşi ambele teme trebuie predate în scris, numai cea de-a doua va conta la calcularea notei finale.**

Capitolul 3

ELEMENTE METODOLOGICE SPECIFICE

Precum arată şi secțiunea formală Obiective, problematica acestui capitol se circumscrie fenomenului erorilor ce apar în sondajele de opinie publică, în general, şi în cazul prognozelor electorale, în particular. Trebuie precizat de la bun început că manualul de față nu tratează chestiunea erorilor datorate formatului sau conținutului defectuos al instrumentului, ori aplicării necorespunzătoare a acestuia în cadrul cercetării de teren. Prin urmare, se vor trata doar erorile mai puțin evidente şi sursele lor, cum ar fi fenomenele rezultate în principal din interacțiunea dinamicii procesului electoral cu psihologia alegătorilor individuali. În acest context primul subcapitol, cel istoric, are mai degrabă rolul de a demonstra pe exemple concrete producerea fenomenelor de care ne vom ocupa în cadrul capitolului. Cel de-al doilea subcapitol reprezintă o abordare cantitativă a problemei erorii în prognozele electorale şi conține recomandări cu privire la posibilele corecții ce merită avute în vedere. Subcapitolul al treilea descrie două categorii de tehnici speciale de sondare. Prima categorie se compune din două procedee menite a contracara nesinceritatea respondenților văzută ca sursă de eroare, iar cea de-a a doua conține tehnici ce vizează explorarea unor fenomene legate de formarea opiniilor şi atitudinilor cetățenilor. În fine, ultimul subcapitol se referă în mod strict la interacțiunea dintre dinamica procesului electoral şi psihologia alegătorilor

individuali prezentînd patru fenomene ce pot provoca fluctuații şi variații în opinia publică în timpul campaniilor electorale şi în consecință fac formularea unor predicții o sarcină extrem de dificilă.

3.1. Sondaje preelectorale: începuturi

Subcapitolul de față tratează „preistoria" prognozelor electorale. După cum precizează EARL BABBIE, istoricul acestora se confundă cu istoricul dezvoltării tehnicilor de eşantionare. În cele ce urmeză vor fi prezentate două cazuri clasice de sondaje preelectorale eronate cu scopul de a pune în evidență importanța tehnicii adecvate de eşantionare în studiile bazate pe sondajele de opinie.

Tradiția sondajelor preelectorale, sau a „alegerilor simulate", a fost inițiată de prestigiosul săptămînal *Literary Digest*. Această revistă a început prognozarea alegerilor prezidențiale americane în anul 1890 şi a prezis în mod corect rezultatul de 5 ori la rînd înaintea anului 1936. În acel an preşedintele în exercițiu Franklin Delano Roosevelt îşi încheia primul mandat, contracandidatul său fiind Alfred Landon, guvernatorul statului Kansas.

Statele Unite tocmai supraviețuiseră Criza Economică Mondială a căror efecte erau încă resimțite în pofida primelor semne de redresare. În consecință democratul Roosevelt susținea continuarea politicilor de bunăstare inițiate prin programul *New Deal* şi finanțarea acestora prin deficite bugetare, iar republicanul Landon propunea scăderea cheltuielilor

sociale şi echilibrarea bugetului de stat.

Revista *Literary Digest* a efectuat cel mai cuprinzător sondaj din istorie trimițînd prin poştă şi aşteptînd răspuns la aproximativ 10 milioane de chestionare. Prognoza săptămînalului s-a bazat în final pe un număr de 2,4 milioane răspunsuri şi a prezis o victorie extrem de clară a lui Landon. Dar s-a întîmplat tocmai pe dos, Roosevelt înregistrînd cea mai clară victorie în istoria alagerilor prezidențiale americane. Lucrînd pe un eşantion de 50.000 de respondenți şi un eşantion de 50.000 de chestionare returnate revistei, unul din „inventatorii" tehnicii sondajelor, George Gallup, a prezis în schimb cu destulă acuratețe atît rezultatul final, cît şi rezultatul prognozei efectuate de *Literary Digest* înainte ca acesta să fi publicat propriile concluzii. (Vezi Tabelul 3.1.)

Tabelul 3.1. – Rezultatele alegerilor prezidențiale din 1936 şi predicțiile aferente

	Roosevelt (%)	Landon (%)
Rezultatul alegerilor	**62**	**38**
Predicția *Literary Digest*	**43**	**57**
Predicțiile lui George Gallup		
Referitor la prognoza revistei	**44**	**56**
Referitor la rezultatul alegerilor	**56**	**44**

Sursă: DAVID FREEDMAN–ROBERT PISANI–ROGER

PURVES *Statistics.* 2nd ed. London–New York: W. W. Norton & Company, 1991. p. 307.

Eroarea de proporții dramatice care a condus la falimentul revistei *Literary Digest* a fost provocată de două distorsiuni ale eşantionului folosit: o distorsiune cauzată de selecția eşantionului (mai precis, a cadrului de eşantionare) şi unul cauzat de fenomenul de non-răspuns. Selectînd dintre proprietarii de automobile sau telefoane şi membrii unor cluburi, săptămînalul a suprareprezentat persoanele înstărite în defavoarea celor cu o situație economică mai modestă. Faptul că cei cu mai multe resurse tind să răspundă la chestionare trimise prin poştă a agravat şi mai mult situația, căci pînă în 1936 nu au existat diferențe semnificative în comportamentul electoral al diferitelor straturi sociale, dar în acel an situația s-a schimbat radical. Categoriile defavorizate l-au votat într-o proporție covîrşitoare pe Roosevelt, iar cele privilegiate din punct de vedere economic pe Landon.

Dar oare de ce a fost în stare George Gallup să formuleze predicții superioare revistei? El a folosit aşa-numită metodă de eşantionare pe cote. Această metodă se bazează pe cunoaşterea compoziției pe diferite categorii a populației studiate sau, altfel spus, a distribuției acesteia în funcție de anumite variabile (caracteristici) considerate a fi relevante din punctul de vedere al cercetării în cauză. Dar, după cum arată exemplul de mai jos, nici această metodă nu este una sigură.

În anul 1948, într-o perioadă tulbure în ceea ce priveşte politica internațională, deținătorului funcției de preşedinte al SUA, Harry Truman nu era favoritul cursei

prezidențiale. În consecință, pionierii sondajelor preelectorale – George Gallup, Benjamin Crossley şi Elmo Roper – l-au şi „ales” preşedinte pe Thomas E. Dewey, guvernatorul statului New York. (Vezi Tabelul 3.2.)

Tabelul 3.2. – Rezultatele alegerilor prezidențiale din 1948 şi predicțiile principalelor institute de sondare a opiniei publice

	Predicții (%)			Rezultatul alegerilor (%)
	Crossley	Gallup	Roper	
Truman	45	44	38	50
Dewey	50	50	53	45
Thurmond	2	2	5	3
Wallace	3	4	4	2

Sursă: DAVID FREEDMAN–ROBERT PISANI–ROGER PURVES *Statistics.* 2nd ed. London–New York: W. W. Norton & Company, 1991. p. 309.

Faptul că predicția fiecărui institut în parte a fost eronată şi eroarea a fost în aceeaşi direcție a avut mai multe cauze. Unele dintre acestea privesc metodologia efectuării sondajelor preelectorale şi sînt legate de riscurile pe care aceste prognoze le implică, iar celelalte sînt consecința eşantionării pe cote. Aici se va trata succint doar ultima categorie, urmînd ca subcapitolul următor să fie dedicat primei categorii de cauze. Principala imperfecțiune a eşantionării pe cote constă în faptul că în orice cercetare socială pot interveni o serie de variabile latente care pot influența variabila dependentă a cărei distribuție nu o cunoaştem. Fiind neobservabile (sau cel puțin neobservate) nu este posibil să controlăm aceste variabile şi prin urmare nici efectul lor. Ca atare se

poate întîmpla să introducem distorsiuni în eşantion. Chiar dacă această problemă nu ar exista faptul că operatorii de teren aleg pe baza propriei judecăți persoanele pe care le intervievează reprezintă un dezavantaj considerabil, doarece s-ar putea ca ei să evite în mod sistematic un anumit tip de respondenți (de ex. gospodăriile păzite de cîini de dimensiuni mari sau fioroşi).

Recunoaşterea acestor probleme legate de *eşantionarea pe cote* a dus la introducerea *eşantionării aleatoare* (*probabilistice*). Cu ajutorul acestei metode de eşantionare (şi a variantelor sale), aplicînd în anumite cazuri tehnici speciale care să îndemne alegătorii la reprezentarea sinceră a propriilor preferințe, cercetătorii reuşesc de cîteva decenii să prezică şi să explice de cele mai multe ori în mod corect comportamentului electoral al cetățenilor.

3.2. Erori de predicție şi surse de erori în sondajele moderne

Secțiunea de față trece în revistă riscurile legate de metodologia prognozelor electorale. În acest context vor fi prezentate sursele şi tipurile de erori ce țin de metodologie, respectiv natura şi „ordinul de mărime” al erorilor propriu-zise datorate micilor imperfecțiuni şi lacune legate de tehnica sondajelor în sine. (Nu se vor trata aici erorile care sunt provocate de eventuala lipsă de sinceritate a respondenților.)

Eşecul institutelor de sondaj în a prezice învingătorul în anul 1948 a îndemnat *Social Science*

Research Council **(Consiliul de Cercetare în Ştiinţele Sociale) să mandateze o echipă pentru a elabora măsuri (standard) de acurateţe a sondajelor preelectorale. Pornind de la formula:**

valoare adevărată = valoare măsurată + eroare sistematică + eroare nesistematică (1),

cercetătorii au elaborat următoarele măsuri de acurateţe:

47. ***procentajul predicţiilor corecte*** **(proporţia faţă de total a sondajelor care au prezis în mod corect învingătorul);**

48. ***„eroarea medie”*** **(*„average error”* – media abaterii predicţiilor de la rezultatul alegerilor, ignorînd semnul algebric al abaterii) se calculează cu ajutorul formulei**

$$e_{ma} = \frac{1}{N}\sum_{i=1}^{N}\left|e_i - p\right|, \qquad (1)$$

unde, e_{ma} reprezintă eroarea medie,
N numărul total al predicţiilor,
p rezultatul (real al) alegerilor, iar
e_i predicţia rezultată în urma sondajului i.

49. ***eroarea sistematică*** **(media abaterii predicţiilor de la rezultatul alegerilor, luînd în considerare semnul algebric al abaterii), notată e_s, este dată de formula**

$$e_s = \frac{1}{N}\sum_{i=1}^{N}\left(e_i - p\right), \qquad (2)$$

şi în fine,

50. ***eroarea nesistematică*****, adică abaterea standard**

a erorilor (în jurul mediei aritmetice a erorilor) în cazul unei serii de alegeri. Formula acestui indicator, notat e_{ns} este:

$$e_{ns} = \sqrt{\frac{1}{N}\sum_{i=1}^{N}(e_i - \bar{e})^2}, \qquad (3)$$

unde, $\bar{e}$ reprezintă media aritmetică a erorilor.

Folosind aceste formule şi studiind un număr de 155 de alegeri desfăşurate în 9 democrații între anii 1949–1984, William Buchanan constată că erorile reale depăşesc eroarea teoretică dată de teoria eşantionării aleatoare, iar în final ajunge la o serie de concluzii complementare interesante referitoare la natura şi cauza acestora. Iată cum rezumă cercetătorul american observațiile sale:

(1) procentajul de voturi obținute de învingător se subestimează de regulă cu 0,5%, iar cel obținut de partidul clasat pe locul al doilea cu 0,25%;
(2) aceste două subestimări se compensează reciproc, ceea ce duce la o acuratețe de 85% în prezicerea învingătorului, considerîndu-se numai primele două partide;
(3) nu se poate observa o scădere a distorsiunilor sau a erorilor de eşantionare în perioada analizată;
(4) se remarcă tendința de a subestima proporția de voturi obținută de partidele conservatoare;
(5) prognoze de-a dreptul înşelătoare se înregistrează foarte rar, dar în aceste cazuri majoritatea sondajelor (sau chiar toate!) greşesc în aceeaşi direcție.

3.3. Tehnici speciale de investigare a comportamentului electoral

Prin tehnici speciale de investigare a comportamentului electoral înțeleg de fapt procedee care aplică metoda sondajelor de opinie în condiții experimentale. Ele urmăresc de regulă măsurarea mai precisă a dinamicii atitudinilor sociale şi politice sau aflarea atitudinilor reale ale subiecților cu privire la teme politice considerate a fi delicate. Subcapitolul de față prezintă două tehnici ce se încadrează în cea de-a a doua categorie. Prin urmare scopul declarat al procedeelor descrise este estimarea gradului de sinceritate de care dau dovadă respondenții în cazul în care cerecetătorii se interesează de deciziile lor electorale din trecut sau de intențiile de vot din viitor(ul apropiat) ori, eventual, le pun întrebări legate de teme politice delicate. Bineînțeles, aceste procedee speciale stimulează în acelaşi timp persoanele intervievate să ofere răspunsuri sincere.

Psephologii citați au aplicat două tehnici: *metoda urnei* (*the ballot-box method*) şi *metoda întrebărilor aleatoare* (*the randomised response technique*). Prima metodă este foarte simplă. Ea încearcă să stimuleze sinceritatea subiecților garantînd caracterul secret al răspunsurilor prin metode similare cu cele folosite în cazul alegerilor. Adică operatorul de sondaj înmînează respondentului chestionarul, urmînd ca subiectul să completeze formularul în cauză, să îl împăturească şi să îl introducă în urna sigilată află în posesia operatorului. Cea de-a doua metodă este mai pretențioasă. Chestionarul, care spre deosebire de cele

obişnuite nu este format din întrebări, ci perechi de întrebări, se înmînează şi în acest caz subiecților. Elementele perechilor de întrebări se aseamănă prin faptul că la ambele se pot da aceleaşi două răspunsuri: „da” sau „nu”. Dar ele diferă prin faptul că una dintre ele este legată de o temă politică oarecare, iar cealaltă de o temă delicată. Respondentul „alege” dintre aceste două întrebarea la care va răspunde cu ajutorul unui dispozitiv care generează evenimente aleatoare. (Un zar închis într-un cilindru sau trunchi de con cu capacul străveziu şi cu suprafața generatoare opacă corespunde în totalitate acestui scop.) Deşi cercetătorii nu ştiu care au fost întrebările selectate de subiecți, pe baza instrucțiunilor date acestora ei pot afla probabilitatea de selecție a întrebărilor delicate şi printr-o serie de calcule statistice pot determina distribuția atitudinilor sau opiniilor referitoare la temele delicate în polulația din care s-a prelevat eşantionul.

Spre deosebire de procedeele experimentale folosite la studierea dinamicii atitudinilor care se bazează pe manipularea aleatoare – dar controlată şi cunoscută de operatori – a formatului întrebărilor, caracterul experimental al cercetării efectuate de autorii israelieni rezultă din reproducerea condițiilor standard cu o fidelitate care poate fi dată ca exemplu într-un manual. Metoda urnei şi metoda întrebărilor aleatoare operează deopotrivă cu un grup experimental şi un grup de control. Primul este supus în ambele cazuri tratamentului – folosirea urnei sau a chestionarului special –, iar cel de-al doilea primeşte un placebo fiind confruntat cu situația clasică de aplicare orală a unui chestionar. Astfel cercetătorii au creat o

situație în care, observînd diferențele dintre grupurile experimentale şi cele de control, au putut măsura „sinceritatea" alegătorilor.

Dat fiind faptul că sistemul de partide israelian este format din mai multe partide, deciziile electorale trecute ale subiecților sau intențiile lor de vot din viitor(ul apropiat) au putut fi investigate doar cu ajutorul metodei ce utilizează urna. În aceste privințe DISKIN şi FELSENTHAL au ajuns la concluzia că atît frecvența non-răspunsurilor, cît şi cea a răspunsurilor nesincere este mai ridicată în cazul metodei obişnuite. De asemenea, ei au demonstrat că aceste două variabile dependente (frecvența non-răspunsurilor şi frecvența răspunsurilor nesincere) corelează cu apartenența de clasă şi cu timpul scurs de la momentul alegerii studiate. Mai mult, efectele celor trei variabile independente – a metodei de investigare, a apartenenței de clasă şi a timpului – se cumulează. Referitor la temele delicate metoda a relevat că preferințele de partid ale indivizilor influențează modul în care ei abordează o anumită temă, adică o consideră mai mult sau mai puțin delicată. În fine, autorii au confirmat şi prin metoda întrebărilor aleatoare că utilizarea tehnicilor speciale sporeşte proporția răspunsurilor sincere în cazul întrebărilor delicate, inclusiv a celor care se referă în mod direct la preferința de partid.

Rezultatele obținute de cei doi psephologi pot fi sintetizate prin formularea unei perechi de recomandări. Şi anume: nu aplicarea unui chestionar prin comunicare orală, ci cele două metodele speciale de investigație sînt adecvate în cazul abordării temelor

politice delicate; dar aceste metode implică o serie de dificultăți de ordin tehnic şi astfel aplicarea lor devine aproape imposibilă în cazul alegătorilor cu niveluri scăzute de educație sau sofisticare politică.

3.4. Efecte psihologice datorate dinamicii procesului electoral

Acest subcapitol prezintă patru tipuri de efecte psihologice care se manifestă în timpul campaniilor electorale şi se datorează întocmai modului în care decurg acestea, a felului în care variază popularitatea (percepută) a candidaților. Pentru a descrie şi a explica aceste efecte vom face apel la un set de rezultate ale psihologiei cognitive.

- **Teorii ale consistenței cognitive şi aplicațiile acestora în psephologie**

Psihologia socială a anilor 1960–1970 a fost dominată de *teoriile consistenței cognitive*. Aceste teorii explică modul în care se îmbină elementele unei *atitudini*, precum şi maniera în care pot fi armonizate atitudinile pe care şi-le-a format o persoană. De fapt, mecanismele de procesare a informației constituie obiectul teoriilor în cauză, adică felul în care oamenii îşi interpretează propriile idei, sentimente şi acțiuni, respectiv maniera în care îşi construiesc o imagine mentală a lumii şi o interpretează pe aceasta astfel încît atitudinile lor să formeze un ansamblu caracterizat de armonie internă.

Dintre acestea cele mai cunoscute teorii sînt *teoria disonanței cognitive* formulată de LEON FESTINGER şi *teoria echilibrului cognitiv* elaborată de FRITZ HEIDER.

Acestea pun accentul pe tendința de raționalizare a oamenilor, în particular pe o manifestare aparte a acestei tendințe, şi anume, armonizarea comportamentului şi atitudinilor prin modificarea percepțiilor despre opiniile/atitudinile semenilor. Deşi cercetările mai recente încearcă să releve comportamentul rațional al indivizilor, meritele celor două teorii nu sînt deloc neglijabile în ceea ce priveşte explicarea efectelor descrise în acest subcapitol. Chiar dacă afirmația este valabilă mai cu seamă în cazul echilibrului cognitiv, se poate spune că teoriile pot fi deduse dintr-o predispoziție ce ghidează procesele de prelucrare psihologică a evenimentelor: predispoziția oamenilor de a căuta ordine şi regularitate în universul înconjurător. Astfel, cele două teorii devin utile în înțelegerea anumitor fenomene de comportament electoral – fenomene ce pot fi grupate în două categorii:

- **distorsiuni perceptuale (*perceptual distorsions*) în evaluarea distanței dintre partide/candidați şi alegători,**
- **efecte referitoare la relația dintre preferințe şi percepții, mai precis la relația dintre preferințe şi aşteptări (*expectations*).**

- **Legătura dintre preferințe şi aşteptări**

Pentru scopurile discuției de mai jos *preferința* se va defini ca acel deznodămîntul sau rezultat al cursei electorale pe care îl preferă alegătorii – ori mai precis, alegătorul chestionat. Exprimat mai plastic, preferința este „ceea ce oamenii ar dori să se întîmple”. La rîndul lor, *aşteptările* reprezintă acel deznodămîntul sau rezultat al cursei electorale despre care alegătorii cred

– ori mai precis, alegătorul chestionat crede – că se va realiza. Iarăşi, mai plastic sau mai simplu, aşteptarea este „ceea ce oamenii cred că se va întîmpla”.

Legătura psihologică stabilită între cele două la nivelul mentalului alegătorilor individuali se caracterizează prin patru efecte: *efectul de handicap*, *efectul de „caravană (muzicală)”*, *raționamentul dezirant,* respectiv *efectul* (sau *modelul*) *de „spirală a tăcerii”*.

a) *Efectul de handicap* (*underdog effect*) poate fi observat în primul rînd în cazul campaniilor de alegeri preliminare americane. Dacă mai mult de doi candidați doresc să obțină nominalizarea, anumite grupuri de alegători care vor să împiedice victoria candidatului mai puțin simpatic – adică nepreferat – din punctul lor de vedere, ajută deseori candidatul cotat cu cele mai mici şanse la momentul respectiv. Mai general: efectul se manifestă prin faptul că anumiți candidați obțin mai multe voturi la alegerile preliminare organizate într-un stat, sau înregistrează un indice de popularitate superior în sondaje tocmai în momentele în care la nivel federal se află în dezavantaj. Un exemplu bun oferă campania de nominalizare organizată de Partidul Democrat în 1984 în care au participat Gary Hart, Jesse Jackson şi Walter Mondale.

b) *Efectul de „caravană (muzicală)”* (*bandwagon effect*) se manifestă prin ajustarea preferințelor electorale în funcție de aşteptări. Este o formă de influență socială datorată tendinței oamenilor de a adera fără chibzuință la opinia aparent dominantă din societate, care în cazul de față este o aşteptare (referitoare la persoana învingătorului). Astfel ei evită

izolarea şi se raliază majorității. În final, aşteptarea formată în maniera descrisă modelează preferința electorală şi determină comportamentul. (Într-o interpretare mai generală s-ar putea afirma că alegătorii se comportă în mod *heteronom*: sînt incapabili să ia decizii independente sau nu sînt dispuşi să facă acest lucru.)

c) Ajustarea aşteptării (referitoare la persoana învingătorului) în funcție de preferință se numeşte *raționament dezirant* (*wishful thinking*). În acest caz indivizii îşi modifică într-o manieră optimistă aşteptările în funcție de preferințele lor. Comportamentul lor este asemănător cu cel al persoanelor autiste, deoarece în cazul de față indivizii trăiesc într-un univers al fantasmelor şi viselor în ceea ce priveşte viața politică: judecățile şi aşteptările lor nu izvorăsc din realitate. (Efectul se poate explica prin intermediul teoriei echilibrului cognitiv /*consistenței hedonistice*/.)

d) *Modelul de „spirală a tăcerii”* (*the spiral of silence effect*) ia în considerare şi evoluția „climatului opiniei publice” (*climate-of-opinion*). În privința fundamentului său psihologic efectul este asemănător celui de „caravană (muzicală)” deoarece se bazează tot pe dorința de a evita izolarea. Aşadar, alegătorii urmăresc cu atenție modificările din mediul societal şi sînt dispuşi să-şi împărtăşească opiniile dacă le consideră majoritare, dar preferă să nu dea glas acestora dacă se simt în minoritate cu ele. Prin urmare, la nivel agregat are loc o escaladare a tendinței observate: opinia percepută ca fiind preponderentă îşi consolidează statutul dominant, în timp ce opinia minoritară parcă „se evaporă”. Cu toate acestea nu

este nici pe departe sigur că cei rămaşi aparent în minoritate îşi vor schimba atitudinea. Dimpotrivă, dacă li se iveşte ocazia de a-şi exprima în secret preferința (de ex. în cazul votului), este destul de probabil ca ei să acționeze în conformitate cu atitudinea lor reală. După cum arată cercetătoarea care a descoperit fenomenul, de acest efect ar trebui să țină seama atît institutele de sondare a opiniei, cît şi specialiştii campaniilor electorale.

Teoriile disonanței şi echilibrului cognitiv – sau cu un termen generic, teoriile consistenței cognitive – explică de fapt doar ultimele trei efecte. Efectul de handicap constituie fără echivoc o manifestare a comportamentului rațional (strategic, în terminologia teoriei jocurilor), iar spirala tăcerii este rezultatul unui comportament oarecum rațional, fiindcă escaladarea tendinței de tăcere (fără modificarea atitudinii) survine în urma „întreruperii" legăturii preponderent iraționale dintre preferințe şi aşteptări. GRANBERG şi HOLMBERG postulează ca alternativă a modelelor cu fundament psihologic modelul *judecății democratice raționale*. Acest model tratează alegătorii ca fiind agenți de decizie *autonomi*. În consecință ei votează în funcție de valorile, preferințele şi interesele proprii; mai mult, nu sînt creduli şi nici influențabili, dar înainte de a lua o anumită decizie iau în considerare şi opinia altor persoane sau grupuri.

Studiile empirice pe care le-au întreprins cei doi autori au oferit puține dovezi empirice în sprijinul existenței *efectului de caravană*. Acesta poate fi detectat mai degrabă cu ocazia unor campanii centrate pe persoana candidaților şi nu pe diverse teme politice

(*issues*), cum ar fi alegerile prezidențiale americane şi preliminariile acestora. *Modelul raționamentului dezirant* descrie mult mai precis şi mai general realitatea politică. La urma urmei, datele prelucrate de ei i-au condus la concluzia că imaginea cea mai corectă a comportamentului alegătorilor este un fel de hibrid compus din *modelul raționamentului dezirant* şi cel al *judecății democratice raționale*.

CONCEPTE DE BAZĂ ŞI TERMENI DE SPECIALITATE

eşantionare pe cote *eşantionare aleatoare (probabilistică)*	*preferințe* *aşteptări*
măsuri de acuratețe a prognozelor electorale *procentajul predicțiilor corecte* *„eroarea medie”* *eroarea sistematică* *eroarea nesistematică*	*efectul de handicap* *efectul de „caravană (muzicală)”* *raționamentul dezirant* *efectul (modelul) de „spirală a tăcerii”*
metoda urnei *metoda răspunsului aleator*	*autonomie* *heteronomie*
atitudine	*„climatul opiniei publice”*
teoriile consistenței	*modelul judecății*

cognitive	***democratice raționale***
teoria disonanței cognitive **(FESTINGER)**	
teoria echilibrului cognitiv (teoria consistenței hedonistice) **(HEIDER)**	
distorsiuni perceptuale	

BIBLIOGRAFIE GENERALĂ

BABBIE, EARL *The Practice of Social Research.* 8th ed. Belmont, CA: Wadsworth Publishing Company, 1998.

BUCHANAN, WILLIAM „Election Predictions: An Empirical Assessment.”, in *Public Opinion Quarterly,* vol. 50 (1986) pp. 222–227.

DISKIN, ABRAM–FELSENTHAL, DAN S. „Do they Lie?”, in *International Political Science Review,* vol. 2 (1981) no. 4, pp. 403–422.

FELDMAN, ROBERT S. *Social Psychology: Theories, Research, and Applications.* New York: McGraw–Hill, 1985.

FESTINGER, LEON *A Theory of Cognitive Dissonance.* Stanford, CA: Stanford University Press, 1957.

FREEDMAN, DAVID–PISANI, ROBERT–PURVES, ROGER *Statistics.* 2nd ed. London–New York: W. W. Norton & Company, 1991.

GRANBERG, DONALD „A politikai percepció.”, in HUNYADI GYÖRGY (szerk.): *Történeti és politikai pszichológia.* [Psihologie istorică şi psihologie politică.] Budapest: Osiris Kiadó, 1998. /Osiris Tankönyvek./ [Seria Manuale Osiris.] pp. 400–436.

GRANBERG, DONALD–HOLMBERG, SÖREN *The Political System Matters. Social Psychology and Voting Behavior in Sweden and the United States.* Cambridge: Cambridge University Press, 1988. (European Monographs in Social Psychology.)

HEIDER, FRITZ *The Psychology of Interpersonal Relations.* New York: John Wiley, 1958.

NOELLE–NEUMANN, ELISABETH „Political Opinion Polling in

Germany.", in ROBERT M. WORCESTER (ed.) *Political Opinion Polling: An International Review.* London: The Macmillan Press, 1983. pp. 44–60.

POPKIN, SAMUEL L. *The Reasoning Voter: Communication and Persuasion in Presidential Campaigns.* 2nd ed. Chicago–London: The University of Chicago Press, 1994.

SIRKIN, R. MARK *Statistics for the Social Sciences.* Thousand Oaks, CA–London: Sage Publications, 1995.

ŞTEFĂNESCU, SIMONA „Mutații în structura electoratului românesc. Profiluri şi tipologii în anul electoral 1996.", in *Revista Română de Sociologie,* Anul VIII (1997) nr. 3–4, pp. 295–318.

LECTURĂ OBLIGATORIE

BABBIE, EARL *The Practice of Social Research.* 8th ed. Belmont, CA: Wadsworth Publishing Company, 1998. pp. 192–194.

COMPLEMENTE MATEMATICE: Concepte de statistică descriptivă

Notă: **În toate formulele de mai jos *N* reprezintă mărimea eşantionului, iar *n* mărimea populației eşantionate, deci ceea ce se dau sînt formule aplicabile în cazul calculului unor *caracteristici statistice* (sau *statistici*). Cu toate acestea formulele 1–4 se aplică atît populațiilor (calculul unor *parametri*), cît şi eşantioanelor (calculul unor *statistici*). (Formulele 5–7 se referă exclusiv la calculul unor (*indicatori*) *statistici*.)**

a) ***Media***

$$\bar{x} = \frac{1}{N}\sum_{i=1}^{N} x_i \qquad (1)$$

b) ***Abaterea medie (absolută)***

$$d_{ma} = \frac{1}{N}\sum_{i=1}^{N} |x - \bar{x}| \qquad (2)$$

c) ***Varianța*** **(*abaterea medie pătratică*)**

$$s^2 = \frac{1}{N}\sum_{i=1}^{N} (x_i - \bar{x})^2 \qquad (3)$$

d) ***Abaterea standard***

$$s = \sqrt{\frac{1}{N}\sum_{i=1}^{N} (x_i - \bar{x})^2} \qquad (4)$$

e) ***Eroarea standard***

$$\textbf{S.E.} \cong \sqrt{\frac{1}{N^2}\sum_{i=1}^{N}(x_i-\bar{x})^2} \qquad \textbf{(5)}$$

$$\textbf{S.E.} \cong \sqrt{\left(\frac{N-n}{N-1}\right)\frac{1}{N^2}\sum_{i=1}^{N}(x_i-\bar{x})^2} \qquad \textbf{(5')}$$

unde

$$\textbf{f} = \frac{N-n}{N-1} \qquad \textbf{(5")}$$

reprezintă ***factorul de corecție*** **ce se aplică în cazul în care mărimea eşantionului este comparabilă cu cea a populației. Dacă n >> N, f › 1 (sau f @ 1).**

f) ***Eroarea standard*** **(formulă aplicabilă proporțiilor)**

$$\textbf{S.E.} \cong \sqrt{\frac{p(1-p)}{N}} \qquad \textbf{(6)}$$

g) ***Marja de eroare*** **(formulă aplicabilă proporțiilor)**

$$1.96\sqrt{\frac{p(1-p)}{N}} \qquad \textbf{(7)}$$

ANEXĂ (VOCABULAR BILINGV ROMÂN–ENGLEZ)

populație (statistică)	***population***
eşantion	***sample***

mărimea eşantionului	*sample size*
parametru	*parameter*
caracteristică statistică (indicator statistic)	*statistic*
tendință centrală	*central tendency*
modul (valoare modală)	*mode*
(valoare) mediană	*median*
medie (aritmetică)	*average / mean (arithmetic mean)*
împrăştiere	*dispersion*
abatere medie (absolută)	*mean (absolute) deviation*
varianță (abatere medie pătratică)	*variance (mean squared deviation)*
abatere standard	*standard deviation (S.D.) (root mean square – R.M.S.)*
eroare standard	*standard error (S.E.)*
marjă de eroare	*margin of error*

BIBLIOGRAFIE

BABBIE, EARL *The Practice of Social Research.* 8th ed. Belmont, CA: Wadsworth Publishing Company, 1998.

BUCHANAN, WILLIAM „Election Predictions: An Empirical Assessment.”, in *Public Opinion Quarterly,* vol. 50 (1986) pp. 222–227.

FREEDMAN, DAVID–PISANI, ROBERT–PURVES, ROGER *Statistics.* 3rd ed. London–New York: W. W. Norton & Company, 1998.

MAURER I. GYULA *et al.*: *Matematikai kislexikon.* [Mic dicționar de matematică.] Bukarest, 1983, Kriterion Könyvkiadó.

ROTARIU, TRAIAN–ILUȚ, PETRE *Ancheta sociologică şi sondajul de opinie. Teorie şi practică.* Iaşi: Polirom, 1997.

SIRKIN, R. MARK *Statistics for the Social Sciences.* Thousand Oaks, CA–London: Sage Publications, 1995.

COMPLEMENTE DE PSIHOLOGIE POLITICĂ ŞI SOCIALĂ: Percepţia punctelor de vedere ale partidelor şi candidaţilor

Mecanismele psihologice ale percepției politice se interpretează de obicei prin intermediul modelului P–O–x care fundamentează teoria lui HEIDER. Modelul se compune din două atitudini (raportări sentimentale) şi o opinie (cogniție). Acestea sînt persoana *P* (în cazul de față cetățeanul sau alegătorul), obiectul politic (*political object*) *O* care este o altă persoană sau un grup de persoane (un politician sau un partid politic) şi tema (*issue*) *x*. „Factorii critici ai configurației" sînt atitudinea (interpersonală) a lui *P* cu privire la *O* (P→O), atitudinea lui *P* în privința problemei *x* (P→x) – adică punctul de vedere (*issue position*) exprimat de *P* în chestiunea *x* – şi impresia lui *P* despre atitudinea lui *O* în privința problemei *x* /P→(O→x)/. Trebuie remarcat că *nu* este vorba de poziția *reală* a lui *O* în problema *x* (O→x). (P→O şi P→x sînt atitudini, adică raportări sentimentale, iar P→(O→x) reprezintă o opinie, deci o cogniție.)

Două efecte pot fi identificate în această privință: *efectul de asimilare* (sau *asimilarea*) şi *efectul contrastiv* (sau *contrastul*). Ambele efecte reprezintă distiorsiuni perceptuale sistematice, iraționale. *Asimilarea* constă în distorsionarea în direcția propriei atitudini în cazul în care alegătorii evaluează poziția pe care o adoptă candidatul sau partidul preferat cu privirea la o anumită temă politică. *Contrast*ul este

efectul de distorsiune în direcție opusă față de cazul anterior, adică în direcția opusă propriei atitudini şi se manifestă atunci cînd alegătorul evaluează punctul de vedere al „adversarului”, adică al partidului sau al candidatului pe care nu-l preferă/sprijină. Cele două efecte au o explicație psihologică. Efectul de asimilare îşi are originea în nevoia cetățenilor de a constata similitudine între ei înşişi şi partidul sau candidatul preferat, iar efectul contrastiv în nevoia lor de a putea distinge în mod clar propriul punct de vedere de cel al partidului sau al candidatului pe care nu-l preferă/sprijină. Studiile empirice au găsit dovezi numeroase şi concludente în ceea ce priveşte manifestările efectului de asimilare, însă cele referitoare la manifestările efectului contrastiv sînt sporadice şi mai puțin convingătoare. Cel de-al doilea efect poate fi observat mai ales cu ocazia alegerilor prezidențiale americane, obiectul fiind preşedintele aflat în exercițiul funcțiunii şi dornic de a fi reales. Fenomenul de susceptibilitate sporită la contrast a preşedintelui față de şalanger a fost denumit de DONALD KINDER (1978) *asimetria percepției politice*.

Figura 1. – Efectul de asimilare

x_V x'_P x_P

$P \rightarrow x$ $P \rightarrow (O \rightarrow x)$ $O \rightarrow x$

Figura 2. – Efectul contrastiv

x_V **x_P** **x'_P**

P→x **O→xP→(O→x)**

Legendă:

x_V – poziția (atitudinea) alegătorului
x_P – poziția reală a partidului în cauză
x'_P – poziția partidului/candidatului în cauză în percepția alegătorului

BIBLIOGRAFIE

FELDMAN, ROBERT S. ***Social Psychology: Theories, Research, and Applications.*** **New York: McGraw–Hill, 1985.**

GRANBERG, DONALD „A politikai percepció.”, in HUNYADI GYÖRGY (szerk.): ***Történeti és politikai pszichológia.*** **[Psihologie istorică şi psihologie politică.] Budapest: Osiris Kiadó, 1998. /Osiris Tankönyvek./ [Seria Manuale Osiris.] pp. 400–436.**

GRANBERG, DONALD–HOLMBERG, SÖREN ***The Political System Matters. Social Psychology and Voting Behavior in Sweden and the United States.*** **Cambridge: Cambridge University Press, 1988. (European Monographs in Social Psychology.)**

ÎNTREBĂRI RECAPITULATIVE ŞI TEME DE CASĂ

Întrebări recapitulative

51. **Enumerați cauzele care au condus la predicția eronată formulată de revista *Literary Digest* în anul 1936!**
52. **Explicați predicțiile eronate pe care le-au formulat cunoscutele institute americane de sondare a opiniei publice în anul 1948!**
53. **Care sînt măsurile de acuratețe referitoare la sondajele de opinie politică pe care le-au recomandat cercetătorii mandatați de *Social Science Research Council*?**
54. **Ce sînt preferințele, respectiv aşteptările?**
55. **Care sînt efectele care caracterizează legătura psihologică ce se stabileşte între acestea la nivelul mentalului alegătorilor?**
56. **Care sînt teoriile prin care pot fi explicate aceste efecte?**

Teme de casă (Se rezolvă ÎN SCRIS)

1. **Subcapitolul 3.1 aminteşte două metode de eşantionare. Enumerați, descrieți şi comentați avantajele, dezavantajele şi aplicabilitatea altor metode probabilistice şi neprobabilistice de eşantionare pe care le cunoaşteți. (Indicație: Încercați să rezolvați tema din memorie sau folosind notițele Dv. Dacă nu reuşiți, recurgeți la bibliografie. Dar rețineți *scopul primar* este de a învăța repetînd cunoştințele pe care le posedați, or numai dacă nu le**

aveți pe acestea va trebui să învățați ceva nou!)

2. **Experiment: sondaj de opinie şi evaluarea exercițiului. (Vezi Anexa 2.)**

Modulul al II-lea

TEORII ŞI MODELE

Unitatea a IV-a (Capitolul 4)

PARTICIPAREA POLITICĂ

OBIECTIVE ŞI GHID DE STUDIU

Obiective:

Acest prim capitol al celei de-a doua părți – al celui de-al doilea modul – introduce cursanții în problematica participării politice. Se vor studia pe rînd problemele de teorie politică şi rezultatele cercetărilor empirice legate de domeniul de față. (Avînd în vedere acest din

urmă aspect capitolul conține şi o serie de date concrete.)

Dintr-un punct de vedere mai general, dar paradoxal, totodată şi mai la obiect, capitolul încearcă înainte de toate să formuleze răspunsuri la două întrebări fundamentale pe care şi-le pun cercetătorii comportamentului electoral:

3* **Care sînt factorii ce îi determină pe alegători să se prezinte la vot?**

4* **Care sînt factorii ce determină prezența la vot la nivel național?**

Ghid de studiu:

1. **Dată fiind lungimea şi dificultatea capitolului – un volum semnificativ de considerente teoretice şi date empirice – se recomandă lecturarea etapizată a capitolului. Probabil că metoda cea mai adecvată de studiu este citirea pe subcapitole a materialului, cu excepția subcapitolului 4.2. care va fi lecturat pe secțiuni şi paragrafe, după cum urmează:**
   a. **în prima fază se va citi secțiunea teoretică,**
   b. **în faza a doua se va citi paragraful referitor la intensitatea participării electorale,**
   c. **după aceasta se va aloca cîte o şedință de studiu fiecăreia dintre categoriile de factori explicativi ai participării electorale, sau altfel spus, fiecăruia dintre paragrafele rămase din secțiunea 4.2.2.**
2. **Ca efort de studiu tema implică lecturarea, în afara notelor de curs, şi a două capitole dintr-o**

lucrare clasică a cărei cunoaştere se va verifica la examen. Titlul figurează sub menţiunea LECTURĂ OBLIGATORIE (în urmarea bibliografiei generale).

3. **Fixarea conceptelor se va face cu ajutorul tabelului Concepte de bază şi termeni de specialitate şi a întrebărilor recapitulative.**

Capitolul 4

PARTICIPAREA POLITICĂ

Democrația ar trebui să fie o sărbătoare a publicului implicat în politică. Democrația necesită cetățeni activi deoarece calea pe care obiectivele societale trebuie definite şi îndeplinite într-o democrație este cea a discuțiilor, a interesului popular şi a implicării în politică. Fără implicarea publicului în procesul politic, democrației îi va lipsi atît legitimitatea cît şi forța ei motrice.

Capitolul de față încearcă în primul rînd să formuleze răspunsuri la două întrebări fundamentale pe care şi-le pun cercetătorii comportamentului electoral:

5* **Care sînt factorii ce îi determină pe alegători să se prezinte la vot?**

6* **Care sînt factorii ce determină prezența la vot la nivel național?**

Tentativa de a atinge acest obiectiv se încadrează însă într-un context mai larg format din analiza amănunțită a unei serii de chestiuni legate de problematica participării, cum ar fi definiția şi tipologia participării politice, precum şi cele două tipuri fundamentale de participare definite din punctul de vedere al importanței, interesului ştiințific şi a metodelor de investigare aferente: participarea electorală şi participarea neelectorală. Primul

subcapitol reprezintă o tentativă de sintetizare ale unor tipologii uzitate în literatura de specialitate. Cel de-al doilea este dedicat aspectelor teoretice şi empirice ale participării electorale. În cadrul acestuia vor fi sistematizate şi prezentate în detaliu – pe baza trecerii în revistă a unor cercetări reprezentative ce fac parte dintr-un set foarte bogat de rezultate empirice – factorii determinanți ai participării la vot împreună cu impactul lor. Rezultatele empirice se referă la democrațiile vest-europene şi anglo–americane (Australia, Noua Zeelandă, Regatul Unit şi SUA), din moment ce astfel de studii comparative bazate pe date statistice nu au fost efectuate în Europa Centrală şi de Est, iar în România aspectele examinate aici nu au fost studiate încă. Această subcapitol mai face şi o scurtă incursiune în explicațiile comportamentului de vot pe care a încercat să le ofere mai recent teoria deciziilor raționale. În fine, ultimul este dedicat participării neelectorale.

4.1. Tipologia formelor de participare politică

Participarea politică pare a fi tratată în literatura de specialitate ca un concept empiric, de la sine înțeles. O asemenea abordare ce apropie noțiunea de cunoaşterea comună este oarecum legitimă şi ne-am putea mulțumi chiar şi cu o definiție simplă a participării politice care o echivalează pe aceasta cu totalitatea formelor individuale şi colective de implicare a cetățenilor în procesul politic democratic. Noțiunea este însă mult mai importantă şi din acest motiv este binevenită şi redarea unei definiții clasice care tratează problema participării sub aspect procesual-sistemic în concordanță cu abordarea ce inspiră capitolul de față.

Aşadar „[conceptul de] *participare politică* se referă la activitățile întreprinse de cetățeni cu scopul mai mult sau mai puțin nemijlocit de a influența procesul de selecție a personalului guvernamental şi/sau acțiunile acestora".

Există o serie de criterii de clasificare cu ajutorul cărora am putea construi axe (*continuum*-uri) suprapuse pe care să ordonăm diferitele forme de participare mergînd de la o extremitate spre alta. Putem analiza gradul de convenționalitate (sau caracterul ortodox) al diverselor forme de participare, gradul în care acestea implică o acțiune directă sau indirectă în sensul materializării unor preferințe politice sub forma unor politici publice, gradul de legalitate/ilegalitate al unui tip de participare, sau chiar intensitatea şi cuprinderea violenței (politice) reprezentate de actele participative ieşite din comun, din cotidianul politicii placide a democrațiilor reprezentative. Atributele enumerate pot fi interpretate ca suprapuse de-a lungul unor axe (drepte) ce coincid, doarece ele se corelează reciproc. Există însă o dimensiune care este cvasi-independentă de ele, şi anume dimensiunea electorală care reclamă să distingem între două categorii fundamentale de participare: cea electorală şi cea neelectorală. Distincția este deosebit de relevantă deoarece nu numai importanța politică diferită şi coordonatele lor ştiințifico-metodologice separă aceste două forme. Din punctul de vedere al actorilor – alegătorilor individuali – observăm deosebiri cruciale în motivațiile lor de a se angaja în vreuna dintre aceste două tipuri de participare, în „cheltuiala" în termeni de efort şi resurse

pe care le implică fiecare în parte, precum şi în natura lor.

Avînd în vedere tendința firească de a releva mecanismele, canalele şi instituțiile formale încorporate de diferitele sisteme politice naționale, distincția centrală din alineatul anterior, specificitatea formelor de participare pentru democrațiile contemporane, dar şi rădăcinile istorice ale unor acte participative, se poate construi următoarea tipologie:

Tabelul 4.1. – Tipologia formelor de participare politică

Participare convențională	**Participarea electorală**	**Votul.**
	Participarea neelectorală	**Participarea în campanii, activitatea comunală / de grup (de ex. activitatea de lobby), contactarea funcționarilor publici.**
Participare neconvențională	**Acțiuni legale şi nonviolente**	**Semnarea de petiții, organizarea de petiții şi adunări de semnături, participarea la mitinguri şi marşuri (autorizate) de protest, greve şi boicoturi politice.**

	Acțiuni nelegale și violente	**Greve și demonstrații neautorizate, blocarea traficului, ocuparea clădirilor (și provocarea de pagube materiale), acte de terorism politic (utilizarea violenței fizice directe).**

Surse: **Adaptare după** **RUSSEL J. DALTON** ***Citizen Politics: Public Opinion Polling and Political Parties in Advanced Western Democracies.*** **Chatham, NJ: Chatham House, 1996. pp. 42., 72. și GERAINT PARRY–GEORGE MOYSER–NEIL DAY** ***Political Participation and Democracy in Britain.*** **Cambridge: Cambridge University Press, 1992. citat în RICHARD TOPF „Beyond Electoral Participation.”, in HANS-DIETER KLINGEMANN–DIETER FUCHS (eds.)** ***Citizens and the State.*** **Oxford: Oxford University Press, 1995. (Beliefs in Government. Volume One.) p. 54.**

4.2. Participarea electorală

Subcapitolul de față tratează cea mai importantă formă de participare, cea electorală. Prima secțiunea tratează aspectele teoretice relevante ale conceptului de democrație reprezentativă, iar secțiunea a doua

prezintă rezultate empirice referitoare la participarea electorală şi la factorii care o determină.

4.2.1 Democraţia reprezentativă şi participarea electorală

G. BINGHAM POWELL consideră participarea cetăţenilor la alegeri competitive o trăsătură distinctivă a democraţiei. De asemenea, în opinia lui WILLIAM H. RIKER:

> **Actul votării reprezintă o trăsătură indispensabilă a democraţiei, căci indiferent de maniera în care sînt definite obiectivele democraţiei, metoda ei implică o oarecare participare populară la guvernare.**

Mai mult, s-a stabilit un consens în comunitatea ştiinţifică în sensul definirii democraţiilor contemporane de masă, care sînt – în mod inevitabil – democraţii reprezentative, prin referire la conceptul alegerilor. Conform acestei definiţii care poartă denumirea de *definiţie procedurală* (sau *formală*) sînt democratice acele sisteme politice în care cetăţenii aleg deţinătorii puterii politice, adică agenţii de decizie (*decision-maker*), prin intermediul unor alegeri organizate periodic. Această definiţie, care operaţionalizează conceptul de democraţie, a „triumfat" în detrimentul tentativelor cu uşoare nuanţe normative de a surprinde esenţa sau scopurile democraţiei. Cea mai populară definiţie de această natură, cunoscută sub denumirea de *definiţie substanţială* a democraţiei a fost formulată de ROBERT DAHL, el afirmînd că

democrația este acel sistem politic care este „totalmente sau aproape totalmente *sensibil* față de toți cetățenii săi". (Folosind limbajul prezentei discipline s-ar putea preciza că democrațiile sînt de fapt sensibile față de preferințele cetățenilor săi.) În cele ce urmează vom vedea de ce şi în ce fel sînt relevante aceste definiții pentru studiul comportamentului electoral (sau politic).

57. Două concepții despre democrația reprezentativă

Revenind la definiția procedurală a democrației şi la faptul că alegerile (libere şi corecte) reprezintă o condiție necesară a existenței democrației voi nuanța în continuare afirmația din motoul capitolului conform căreia participarea cetățenilor activi face ca o democrație să fie funcțională şi îi întăreşte legitimitatea. Conform *concepției populiste* (sau *rousseauiane*) despre democrația reprezentativă – ai cărei exponenți sînt de exemplu ANTHONY DOWNS şi ROBERT DAHL – participarea cît mai masivă a populației în alegeri cu semnificație politică (*meaningful elections*), adică libere, corecte şi competitive, reflectă şi cultivă legitimitatea sistemului ca valoare politică. Totodată prin crearea de canale de comunicare cu sistemul politic se realizează astfel şi limitarea, îngrădirea violenței politice. Conform *curentului liberal–elitist* (sau *concepției madisoniene*) – reprezentat(e) printre alții de JOSEPH SCHUMPETER şi GIOVANNI SARTORI – implicarea cetățenilor trebuie limitată menținînd astfel controlul în mîna acelora care sînt mai bine informați politic şi mai fideli valorilor încorporate în sistemul

politic.

De fapt ambele interpretări sînt legitime. Trecerea în revistă a unor date şi cercetări mai noi cu privire la democrațiile reprezentative contemporane, la rolul statului şi cetățenilor în cadrul acestora, precum şi la legătura dintre instituțiile sistemului de guvernămînt şi alegători întreprinsă de RICHARD TOPF reunesc cele două concepții. În argumentarea sa teoretică autorul încearcă să sublinieze şi totodată să soluționeze măcar din punct de vedere teoretic problema tensiunii interne, inerente a democrației reprezentative. Afirmația „prea puțină sau prea multă participare ar putea deopotrivă periclita echilibrul delicat al sistemului" surprinde cel mai bine punctul său de vedere. O participare redusă poate ridica semne de întrebare în privința legitimității „echipei" guvernamentale alese şi a deciziilor luate de acesta, iar o participare prea intensă poate însemna insatisfacție la nivelul sistemului politic sau chiar un nivel foarte ridicat al conflictelor sociale.

Definiția substanțială a democrației face apel la conceptul de *sensibilitate* sau la o noțiune echivalentă, cea de *congruență*. Pentru a discuta relevanța celui de-al doilea concept din punctul de vedere al discuției de față va trebui să reconstruim succint *modelul democrației reprezentative* conform concepției lui DIETER FUCHS şi HANS-DIETER KLINGEMANN. Sistemele politice moderne considerate democrații reprezentative sînt (1) *democratice* deoarece încorporează un subsistem ce îşi asumă sarcina de a guverna în mod democratic comunitatea. Acest lucru înseamnă că în procesul de guvernare se ține seama de voința cetățenilor, şi în plus actul guvernării este asumat chiar

în numele lor. Dar persoanele care guvernează (componenții subsistemului în cauză) şi care iau decizii obligatorii pentru toți membrii comunității sînt aleşi de cetățeni. Aceştia prin însuşi instituția şi procedura alegerilor îi împuternicesc pe cei aleşi să ia decizii delegînd astfel asupra lor suveranitatea populară. Cei aleşi sînt, în fine, reprezentații alegătorilor. Aşadar, sistemele descrise sînt şi (2) *reprezentative*.

Relația dintre cetățeni şi sistem (stat sau instituții) este însă una problematică. Trebuie să existe congruență între cetățeni şi stat atît la nivelul *proceselor politice*, cît şi la cel al *structurilor politice*. *Congruența la nivelul proceselor* înseamnă sensibilitate: a oferi cetățenilor ceea ce-şi doresc. Este vorba deci de *reflectivitatea* sistemului politic, de traducerea cererilor (intrări) în politici sau decizii (ieşiri). Dacă acest fenomen are loc, sînt generate noi intrări, dar de data aceasta sub forma sprijinului pe care actorii care compun sistemul îl obțin din partea cetățenilor. Însă procesele democratice generează în mod inevitabil o insatisfacție cetățenească, o insatisfacție pe care aş numi-o structurală. Cauzele sînt următoarele: pe de o parte, resursele disponibile pentru implementarea oricăror politici sînt limitate, iar pe de altă parte, adoptarea unor politici elimină posibilitatea adoptării altora. Ca atare anumiți cetățeni sau grupuri de cetățeni vor fi întotdeauna nemulțumiți. Sistemele democratice dispun însă de un mecanism menit să canalizeze această insatisfacție: mecanimul guvern–opoziție. Posibilitatea de a schimba periodic „echipa" guvernamentală împiedică extinderea insatisfacției de la nivelul actorilor şi proceselor la nivelul întregii

structuri constituționale a sistemului. Or, dacă la acest nivel nu există insatisfacție, sau insatisfacția este suficient de redusă, vorbim de *congruență* (şi) *la nivelul structurilor* – de corespondență între structurile formale ale sistemului de guvernămînt pe de o parte şi valorile, normele politice dominante în societate, pe de altă parte. (Relevanța teoretică şi empirică a acestei discuții rezultă din modelele teoretice care încearcă să articuleze conceptele de reprezentare şi congruență, precum şi din cercetările empirice referitoare la aceste două concepte.) (Vezi secțiunile intitulate COMPLEMENTE DE TEORIE POLITICĂ şi COMPLEMENTE /REZULTATE EMPIRICE/ de la sfîrşitul capitolului.)

4.2.2. Participarea electorală: cercetări empirice şi rezultatele acestora

Factorii care influențează participarea electorală pot fi împărțiți în variabile socio-demografice individuale care influențează probabilitatea ca un individ să se prezinte la vot, factori instituțional-sistemici şi factori socio-economici. Efectul tuturor factorilor poate fi surprins şi se măsoară la nivel agregat sistemic. În cele ce urmează vom considera cercetări şi rezultate empirice care le vizează pe rînd pe acestea.

În prealabil însă vom examina pe scurt evoluția ratei de participare electorală la nivel național în democrațiile vest-europene şi anglo–americane în perioada postbelică. Trebuie precizat că alegerile

legislative (în sistemele parlamentare) şi alegerile prezidențiale (în sistemele prezidențiale şi „semiprezidențiale”) sînt cele mai importante alegeri în orice democrație. Din acest motiv ele pot fi numite *alegeri de ordinul întîi* (sau *de ordin superior*), iar alegerile locale, regionale şi alegerile pentru Parlamentul European *alegeri de ordinul doi* (sau *de ordin inferior*). Alegerile statale din sistemele federale (de ex. SUA şi Germania) constituie oarecum o categorie reziduală în sensul că deşi nu reprezintă alegeri de ordinul întîi, importanța lor se apropie de cea a alegerilor legislative naționale. În fine, rata participării electorale – definită mai jos – reflectă relevanța alegerilor, aceasta fiind pretutindeni mult inferioară în cazul alegerilor de ordinul doi celei înregistrate cu ocazia alegerilor de ordinul întîi.

4.2.2.1. Intensitatea participării electorale în perioada postbelică

***Rata participării electorale* este un indicator direct ce se obține din statisticile electorale oficiale şi reprezintă raportul numărului alegătorilor ce s-au prezentat la urne față de numărul persoanelor cu drept de vot (*eligible voters* sau *voting-age population*) ori totalul alegătorilor înscrişi pe listele electorale (*registered voters*). Prima formulă de calcul se utilizează în cazul *înregistrării voluntare* folosite în SUA, iar cea de-a doua în cazul *înregistrării automate pe listele electorale* (metoda uzuală în Europa). În ceea ce priveşte comparabilitatea datelor nu există consens în**

literatura de specialitate cu privire la folosirea uneia dintre cele două metode.

Chiar şi în lipsa acestui consens există numeroase studii comparative care au permis elaborarea Tabelului 4.2. care prezintă evoluția acestei rate în ultimii cincizeci de ani în democrațiile industriale avansate. Datele permit reexaminarea descoperirilor empirice referitoare la evoluția ratei participării electorale în democrațiile industriale avansate în perioada postbelică. Această reinterpretare este necesară, deoarece un număr mare de studii au constatat o tendință de scădere a acestei rate în țările în cauză. Mai mult, majoritatea ipotezelor teoretice enunțate de DIETER FUCHS şi HANS-DIETER KLINGEMANN referitor la participarea politică, precum şi la legăturile dintre cele trei niveluri ale sistemului politic – micro (cetățeni), mezo (grupuri şi structuri politice, cum ar fi partidele şi grupurile de interes) şi macro (instituțiile sistemului democratic) – formulează aşteptări similare sau concordante. Dar, RICHARD TOPF, unul dintre teoreticienii implicați în proiectul coordonat de politologii germani amintiți, e mai degrabă dispus să contrazică analizele anterioare. În opinia sa fenomenul constatat nu este nici general şi nici pronunțat, ci mai degrabă limitat în spațiu şi intensitate. Observînd că există deopotrivă țări în care rata participării a scăzut, şi țări unde a crescut sau a rămas relativ constantă, el subliniază faptul că nu putem vorbi despre un declin *general* al participării electorale.

Dar tocmai reexaminarea datelor prin metoda împărțirii Europei Occidentale în zone geografice, în maniera în care procedează însuşi TOPF, aruncă o altă

lumină asupra datelor sale. Pe de o parte, se poate observa că în medie cea mai mare scădere se înregistrează în regiunea centrală şi în Insulele Britanice. Pe de altă parte, considerînd punctele extreme ale seriei de timp, se constată că în nici una dintre cele mai populate democraţii industriale avansate europene nu s-a înregistrat o intensificare a participării electorale. Chiar dacă scăderea este – precum spune TOPF – neglijabilă (sub 3%) în cazul Italiei şi al Regatului Unit, ea nu poate fi ignorată în cazul Franţei şi Germaniei. În plus, dacă avem în vedere şi faptul că nivelul de educaţie şi vîrsta medie au crescut în democraţiile industriale avansate în general, şi în Europa Occidentală în particular, aşteptarea teoretică este ca participarea electorală să crească (semnificativ), deoarece ambii factori sînt corelaţi pozitivi cu participarea electorală.

Tabelul 4.2. – Rata participării electorale în deceniile postbelice (%)

	Anii 1950	Anii 1960	Anii 1970	Anii 1980	Anii 1990
Europa de Nord					
DANEMARCA	82	87	86	86	83
FINLANDA	86	85	78	75	72
ISLANDA	89	90	89	88	88
NORVEGIA	78	83	82	83	76
SUEDIA	78	86	90	90	87
	83	86	85	84	81

Regiunea centrală şi Insulele Britanice					
AUSTRIA	**94**	**93**	**93**	**90**	**84**
BELGIA	**88**	**86**	**86**	**87**	**85**
ELVEȚIA	**68**	**63**	**53**	**47**	**46**
GERMANIA (DE VEST)	**84**	**85**	**90**	**86**	**77**
IRLANDA	**74**	**74**	**76**	**74**	**66**
LUXEMBURG	**88**	**84**	**84**	**83**	**87**
OLANDA	**93**	**93**	**83**	**84**	**78**
REGATUL UNIT	**80**	**76**	**75**	**74**	**78**
	84	**82**	**80**	**78**	**75**
Europa de Sud şi Franța					
FRANȚA	**75**	**75**	**81**	**70**	**69**
GRECIA	**–**	**–**	**78**	**80**	**80**
ITALIA	**90**	**90**	**89**	**84**	**87**
PORTUGALIA	**–**	**–**	**88**	**78**	**68**
SPANIA	**–**	**–**	**73**	**75**	**76**
	83	**83**	**82**	**78**	**76**
Fostele colonii britanice					
AUSTRALIA	**90**	**93**	**93**	**91**	**94**
CANADA	**74**	**77**	**73**	**73**	**69**
NOUA ZEELANDĂ	**91**	**88**	**85**	**89**	**80**
SUA	**61**	**62**	**54**	**52**	**53**
	79	**80**	**76**	**76**	**74**
ISRAEL	**78**	**80**	**78**	**78**	**77**
JAPONIA	**76**	**80**	**78**	**78**	**73**
MEDIA (21 de	**82**	**82**	**81**	**79**	**76**

țări)					

Surse: Adaptat după şi calculat pe baza RUSSEL J. DALTON *Citizen Politics: Public Opinion Polling and Political Parties in Advanced Western Democracies.* Chatham, NJ: Chatham House, 1996. p. 45.; THOMAS T. MACKIE–RICHARD ROSE *The International Almanac of Electoral History.* 3rd rev. ed. London: Macmillan, 1991. p. 396. şi RICHARD TOPF „Electoral Participation.”, in HANS-DIETER KLINGEMANN–DIETER FUCHS (eds.) *Citizens and the State.* Oxford: Oxford University Press, 1995. (Beliefs in Government. Volume One.) p. 42. (Datele din coloanele tabelului reprezintă mediile pe deceniile respective. Toate procentajele au fost rotunjite la numere întregi.)

Deci, concluzia corectă pare să fie că participarea electorală, într-adevăr, *a scăzut* în perioada postbelică. Există însă şi o întrebare reziduală: este acest declin un fenomen care ar trebui să îngrijoreze comunitatea politologică? Se pot formula două răspunsuri diametral opuse la această întrebare. Cei care susțin teza postmaterialismului sînt de părere că transformarea sistemului de valori ce a început cu aproximativ patruzeci de ani în urmă nu reprezintă o provocare la adresa democrației reprezentative, ea rezultînd – în ceea ce priveşte discuția de față – mai cu seamă într-o diversificare a formelor de participare şi o deplasare a centrului de greutate al acestora dinspre formele instituționalizate (de pildă, votul) spre cele

neinstituționalizate. Cel de-al doilea punct de vedere susține însă ideea că ratele scăzute de participare electorală înseamnă rate inegale de participare. Mai exact, cu cît ratele de participare sînt mai scăzute, cu atît mai probabil este faptul ca participarea să fie mai intensă în rîndul categoriilor sociale privilegiate. Prin urmare, rezultatul alegerilor va reflecta preferințele lor, iar această distorsiune (*bias*) se va repercuta şi asupra politicilor publice ceea ce înseamnă şi mai multă inegalitate socială – un lucru indezirabil din punct de vedere normativ.

Pe lîngă scăderea participării electorale Tabelul 4.2. atrage atenția asupra diferențelor semnificative inter-țări în privința prezenței la vot. Care sînt factorii ce explică această variație? În introducerea capitolului am întrebarea într-o altă manieră, dar echivalentă cu cea de față. De asemenea, am pus şi o întrebare referitoare la factorii explicativi individuali ai participării electorale. În paragrafele următoare vom trata tocmai aceste chestiuni. Prima dată vom trece în revistă efectul variabilelor socio-demografice asupra comportamentului individual urmînd ca în ultimele două paragrafe să analizăm cauzele diferențelor dintre țări în intensitatea participării electorale.

4.2.2.2. Variabile socio-demografice măsurate la nivel micropolitic

O persoană poate fi caracterizată din punct de vedere socio-demografic cu ajutorul variabilelor vîrstă, educație şi gen social (*gender*). Diverse studii empirice au încercat să elucideze efectul acestor variabile

asupra probabilității ca indivizii să se prezinte la vot. Analizele comparative arată următoarele:

58. **vîrsta se corelează pozitiv cu frecvența votării, cei în vîsrtă prezentîndu-se mai conştiincios la vot decît cei tineri, dar efectul variabilei independente asupra celei dependente variază semnificativ de la țară la țară;**
59. **efectul educației asupra probabilității ca o persoană să voteze în alegeri nu este semnificativ în Europa, dar joacă un rol deosebit de important în Statele Unite;**
60. **la începutul celui de-al treilea mileniu genul (social) pare să nu mai fie un predictor al votului, femeile ajungînd să voteze la fel de frecvent ca şi bărbații.**

Depăşind limitele unei astfel de abordări care pare a fi pur sociologică pot fi identificate – în spiritul primei întrebări formulate la începutul acestui capitol – grupe de factori ce influențează probabilitatea participării electorale individuale. Putem distinge următoarele seturi de factori:

61. ***resursele personale*** **(posesia de autovehicul, integrarea socială individuală – calitatea de membru în diverse organizații, activitatea de voluntariat);**
62. ***contextul electoral*** **(miza alegerilor este mai mare în cazul pensionarilor, a țăranilor/fermierilor, a locuitorilor anumitor circumscripții etc.);**
63. ***atitudini politice individuale*** **(interesul față de politică, sentimentele partinice şi**

orientarea politică /Stînga–Dreapta/, eficacitatea politică şi satisfacția/insatisfacția politică);

64. ***abstenționismul rațional*** **(sau dimpotrivă interpretarea actului votării ca o datorie cetățenească).**

Dat fiind faptul că decizia personală de a vota sau nu este influențată de o serie de factori contextuali şi chiar aleatori (de exemplu un viscol puternic în ziua alagerilor) nu există o teorie general acceptată referitoare la factorii (motivaționali) care îi determină pe alegători să se prezinte la vot. Formularea unei asemenea teorii sau a unui răspuns la întrebarea care ne procupă în prezentul paragraf este aproape imposibilă fiindcă însuşi alegătorii se comportă oarecum aleator în ceea ce priveşte decizia lor de a se prezenta la vot sau nu.

CONCEPTE DE BAZĂ ŞI TERMENI DE SPECIALITATE

semnificația politică (a alegerilor)

participarea politică
- ***participarea convențională***
  - ***participarea electorală***
  - ***participarea nelectorală***
- ***participarea neconvențională***

alegeri
- ***~ de ordin superior***
- ***~ de ordinul întîi***
- ***~ de ordin inferior***
- ***~ de ordinul doi***
- ***~ barometru***
- ***~ parțiale***

congruență

înregistrare automatică pe listele electorale

înregistrare voluntară pe listele electorale
- ***înregistrare periodică***
- ***înregistrare permanentă***

BIBLIOGRAFIE GENERALĂ

ABRAMSON, PAUL R.–INGLEHART, RONALD „Comparing European Publics.”, in *American Political Science Review,* vol. 92, no. 1 (March 1998) pp. 185–190.

BARTELS, LARRY M. „Constituency Opinion and Congressional Policy Making.”, in *American Political Science Review,* vol. 85 no. 2 (June 1991) pp. 457–474.

BIALECKI, IRENEUSZ–MACH, BOGDAN „The Social and Economic Orientations of Polish Legislators Against a Background of the View of Polish Society.”, in *The Polish Sociological Bulletin,* vol. 97 (1992) no. 2, pp. 167–186.

BLAIS, ANDRÉ–DOBRZYNSKA, AGNIESZKA „Turnout in Electoral Democracies.”, in *European Journal of Political Research,* vol. 33 (1998) pp. 239–261.

BROOKS, JOEL L. „Democratic Frustration in the Anglo–American Polities: A Quantification of Inconsistency Between Mass Public Opinion and Public Policy.”, in *Western Political Quarterly,* vol. 38 (1985) pp. 250–261.

BULAI, ALFRED *Mecanismele electorale ale societății româneşti.* Bucureşti: Paideia, 1999. (Colecția Ştiințe sociale.)

CARMINES, EDWARD G.–HUCKFELDT, ROBERT „Political Behavior: An Overview.”, in ROBERT E. GOODIN–HANS-DIETER KLINGEMANN (eds.): *A New Handbook of Political Science.* Oxford: Oxford University Press, 1996. pp. 223–254.

CREWE, IVOR „Electoral participation.”, in DAVID BUTLER–HOWARD PENNIMAN–AUSTIN RANNEY (eds.) *Democracy at the Polls.* Washington, DC: American Enterprise Institute, 1981. p. 262.

CONWAY, MARGARET M. *Political Participation in the United States.* Washington, DC: CQ Press, 1991.

DAHL, ROBERT A. *Polyarchy: Participation and Opposition.* New Haven, CT: Yale University Press, 1971.

DALTON, RUSSEL J. *Citizen Politics: Public Opinion Polling and Political Parties in Advanced Western Democracies.* Chatham, NJ: Chatham House, 1996.

ENYEDI ZSOLT–KÖRÖSÉNYI ANDRÁS *Pártok és pártrendszerek.* [Partide şi sisteme de partide.] Budapest: Osiris, 2001. (Osiris tankönyvek. [Seria Manuale Osiris.])

FUCHS, DIETER–KLINGEMANN, HANS-DIETER „Citizens and the State: A Changing Relationship?”, in HANS-DIETER KLINGEMANN–DIETER FUCHS *Citizens and the State.* Oxford: Oxford University Press, 1995. (Beliefs in Government. Volume One.) pp. 1–23.

HEYWOOD, ANDREW: *Politics.* Houndsmill: Macmillan, 1997. (Macmillan Foundations.)

HIRCZY, WOLFGANG „Explaining Near-Universal Turnout: The Case of Malta.”, in *European Journal of Political Research,* vol. 27 (1995) pp. 255–272.

HUBER, JOHN D.–POWELL, G. BINGHAM JR. „Congruence Between Citizens and Policymakers in Two Visions of Liberal Democracy.”, in *World Politics,* vol. 46, no. 2 (April 1994) pp. 291–326.

KLINGEMANN, HANS-DIETER–FUCHS, DIETER (eds.) *Citizens and the State.* Beliefs in Government. Volume One.

Oxford: Oxford University Press, 1995.

LANE, JAN-ERIK–ERSSON, SVANTE O. *Politics and Society in Western Europe.* 3rd. ed. London: Sage Publications, 1994.

LIJPHART, AREND „Unequal Participation: Democracy's Unresolved Dilemma." Presidential Address, American Political Science Association, 1996. *American Political Science Review,* vol. 91, no. 1 (March 1997) pp. 1–14.

LINZ, JUAN J.–STEPAN, ALFRED *Problems of Democratic Transition and Consolidation. Southern Europe, South America and Post-communist Europe.* Baltimore: The Johns Hopkins University Press, 1996.

MACKIE, THOMAS T.–ROSE, RICHARD *The International Almanac of Electoral History.* 3rd rev. ed. London: Macmillan, 1991.

MARSH, ALAN „Explorations in unorthodox political behavior." *European Journal of Political Research,* vol. 2 (1974) pp. 107–131.

PETRY, FRANCOIS „Fragile Mandate: Party Programmes and Public Expenditures in the French Fifth Republic.", in *European Journal of Political Research,* vol. 20 (1991) pp. 149–171.

POWELL, G. BINGHAM JR. *Contemporary Democracies: Participation, Stability and Violence.* Cambridge, MA: Harvard University Press, 1982.

RAGSDALE, LYN–RUSK, JERROLD G. „Who Are Nonvoters? Profiles from the 1990 Senate Elections.", in *American Journal of Political Science,* vol. 37 (1993) pp. 721–746.

RIKER, WILLIAM H. *Liberalism Against Populism: A*

Confrontation Between the Theory of Democracy and the Theory of Social Choice. Prospect Heights, IL: Waveland Press, 1982.

SCHUMPETER, JOSEPH *Capitalism, Socialism and Democracy.* London: Allen & Unwin, 1943.

STOICA, STAN *Dicționarul partidelor politice din România (1989–2001).* Ed. a II-a. Bucureşti, 2001, Editura Meronia.

TOPF, RICHARD „Beyond Electoral Participation.”, in HANS-DIETER KLINGEMANN–DIETER FUCHS (eds.) *Citizens and the State.* (Beliefs in Government. Volume One.) Oxford: Oxford University Press, 1995. pp. 52–91.

TOPF, RICHARD „Electoral Participation.”, in HANS-DIETER KLINGEMANN–DIETER FUCHS (eds.) *Citizens and the State.* Beliefs in Government. Volume One. Oxford: Oxford University Press, 1995. pp. 27–51.

LECTURĂ OBLIGATORIE

DALTON, RUSSEL J. *Citizen Politics: Public Opinion Polling and Political Parties in Advanced Western Democracies.* 2nd. ed. Chatham, NJ: Chatham House Publishers, 1996. pp. 40–85. [PolSci: DAL/PC]

COMPLEMENTE DE TEORIE POLITICĂ: Teorii şi modele ale reprezentării

(1) *Modelul de curatelă* izvorăşte din gîndirea politică englezească. Fundamentarea teoretică a acestuia se regăseşte parțial în scrierile gînditorului şi politicianului conservator EDMUND BURKE şi parțial în teoria politică liberală a lui JOHN STUART MILL. Deşi opinia celor doi autori este naturalmente divergentă, există unele similitudini în ideile lor despre reprezentare. BURKE considera că reprezentarea este datoria morală a persoanelor „norocoase" – adică educate şi înstărite – care trebuie să se achite de această îndatorire dînd dovadă de o „judecată matură" şi o „conştiință iluminată". Teoria liberală a reprezentării formulată de MILL afirmă că fiecare cetățean beneficiază de dreptul la reprezentare, dar opiniile lor sînt inegale ca valoare.

S-au formulat o serie de critici la adresa acestui model, în special în varianta sa burkeană, şi anume:

– dacă alegătorii sînt într-adevăr ignoranți, la urma urmei nici nu ar trebui să aibă drept de vot;
– legătura presupusă între interpretarea dată reprezentării şi nivelul de educație este una imaginară: este adevărat că persoanele mai bine instruite se descurcă mai bine în probleme de natură politică, dar nu avem nici o garanție că ei sînt totodată şi *mai altruişti* sau că alegerile morale făcute de către ei în numele altor persoane sînt corecte;
– în fine, THOMAS PAINE şi democrații radicali au subliniat faptul că în aceste condiții

reprezentanții ar putea urmări tocmai propriile lor interese.

(2) PAINE a considerat *modelul reprezentant-delegat* ca fiind alternativa modelului anterior. Delegatul, spre deosebire de curator, nu acționează conform propriilor convingeri în interesul persoanei pe care o reprezintă, ci îndeplineşte instrucțiunile primite de la persoana l-a însărcinat (delegatar). Din acest motiv modelul presupune o legătură strînsă între delegat şi persoana care l-a delegat. De asemenea modelul implică alegeri frecvente şi, prin urmare, perioade scurte petrecute în funcția de reprezentant. În acest „sistem" cetățenii pot apela la instituția *referendum*ului, mai mult, ei beneficiază atît de *dreptul de inițiativă* cît şi de cel *de a revoca* reprezentantul lor. Avantajul modelului constă în instituționalizarea idealului de *suveranitate populară*, dar faptul că generează conflicte şi limitează comportamentul de lider şi de „om de stat" sînt dezavantaje. (Fiindcă politicienii dirijați de alegătorii care i-au însărcinat nu sînt capabili să elaboreze concepții, nici să-şi înspire sau să-şi mobilizeze adepții.)

***(3) Modelul reprezentant-mandatar* este o consecință a apariției democrațiilor moderne de masă, deoarece acestea au dat naştere concepției conform căreia legislatorii/reprezentanții nu sînt decît „soldați" ai partidelor. În consecință alegătorii nu îi votează datorită calităților personale de care dau dovadă, ci pe baza imaginii lor publice şi a programului politic formulat de partidul în culorile căruia participă la**

cursa electorală. Esența modelului constă în ideea că în urma cîştigării alegerilor partidul/ele intră în posesia unui mandat cu privire la punerea în aplicare a progarmului/elor formulat(e) în timpul campaniei electorale. Dat fiind faptul că nu politicianul, ci partidul este agentul reprezentării, politicienii nu atunci acționează în interesul alegătorilor care le-au acordat votul cînd apără concepțiile acestora sau cînd încearcă să facă alegeri morale în numele lor, ci dacă rămîn loiali partidului din rîndul căruia fac parte şi „liniei" politice urmate de acesta. Prin urmare funcționalitatea modelului depinde de unitatea partidelor şi de disciplina de partid.

Avantajele modelului:

- **acordă importanță etichetelor şi politicilor de partid;**
- **accentuează importanța credibilității politicienilor.**

Dezavantajele modelului:

- **exagerează ideea de comportament electoral rațional al cetățenilor;**
- **implică dificultăți de interpretare, pentru că nu este clar care au fost acele elemente ale programelor de partid care au fost apreciate, respectiv dezavuate de alegători;**
- **limitează libertatea de acțiune a guvernelor;**
- **este aplicabil mai degrabă în condițiile sistemelor electorale majoritare (sau pluralitare).**

(4) Esența *modelului neocorporatist (modelului-„microcosm"* sau *modelului-„eşantion")* poate fi sintetizată astfel: componența corpului reprezentativ

trebuie să reflecte cu fidelitate componența socio-demografică a populației. (Denumirea de *model-„microcosm”* derivă tocmai din acest deziderat.) Fundamentul modelului este ideea că a fi cineva sau a ne imagina în locul cuiva nu sînt echivalente – empatia nu poate substitui trăirea unor situații. Dezavantajele modelului sînt efectul generator de conflicte, precum şi strictețea elementelor instituționale care ar asigura funcționalitatea sa (circumscripții electorale separate pentru minorități, „votarea pe clase sociale”, cote obligatorii de reprezentare pentru femei şi minorități în organizațiile de partid).

COMPLEMENTE (REZULTATE EMPIRICE):
Cercetări empirice referitoare la conceptul de reprezentare: trei modele

Studiul pune problema corespondenței dintre procesul politic din Canada, Regatul Unit şi Statele Unite pe de o parte şi idealul normativ al existenței unei legături organice între opinia publică şi politicile publice pe de altă parte. Autorul clasifică teoriile descriptiv-explicative referitoare la această chestiune în trei categorii, folosind următoarele denumiri:

***(1) modelul consensului meşteşugit* (*counterfeit consensus*);**
***(2) modelul conexiunii democratice* (*democratic linkage*);**
şi
***(3) modelul frustrării democratice* (*democratic frustration*).**

(1) În viziunea *modelului consensului meşteşugit* alegătorii sînt heteronomi. Modelul consideră că elitele guvernamentale prin controlul exercitat asupra mijloacelor de formare ale opiniei – şi la urma umei asupra întregului proces de socializare – influențează opinia publică într-o mare măsură. Datorită acestui fapt congruența pe care o observăm între opinia publică şi politicile publice nu este una autentică, ci este una înşelătoare, falsă. O putem numi meşteşugită, deoarece este rezultatul manipulării.

(2) Cercetările empirice americane referitoare la problematica reprezentării sînt inspirate de *modelul*

conexiunii democratice. Această „şcoală” respinge asumpția manipulării opiniei publice de către elite, subscriind la ideea autonomiei primeia. Prin urmare consideră că opinia publică este capabilă să influențeze rezultatul procesului politic prin intermediul unor „conexiuni” (sau legături) pe care electoratul le întreține cu politicienii (mai) receptivi.

(3) _Modelul frustrării democratice_ poate fi perceput ca şi calea de mijloc dintre primele două teorii. Adepții acestui model recunosc rolul pe care îl joacă elita sferei de afaceri şi grupurile de veto politic în procesul elaborării politicilor publice în sistemele anglo-americane. Totodată ei percep opinia publică sub forma unui set eterogen de forțe şi interese economice şi politice. Astfel se poate întîmpla destul de des ca preferințele electoratului şi dorințele elitelor să fie divergente. Dar pentru că sistemul politic se află sub controlul elitelor, opinia publică – în caz că diferă de preferințele elitelor – nu îşi va putea materializa (sub forma unor decizii) opțiunile sale privitoare la politice publice.

Autorul a testat cele trei modele pe date empirice şi a ajuns la următoarea concluzie interesantă: sistemele politice anglo-americane generează un grad considerabil de _frustrare democratică_. Acțiunile întreprinse şi pozițiile luate de organele guvernamentale (reunind cele trei puteri ale statului) diverg în proporție de 60% de opinia publică. Faptul că tema politică pusă în discuție se bucură de o largă susținere sau că decizia urmează a fi luată tocmai într-un an electoral nu are practic nici un efect. (Singurul caz de congruență sistematică observată de BROOKS

este cel al temelor legate de redistribuția economică în Regatul Unit în timpul guvernelor laburiste.)

Unitatea a V-a (Capitolul 5)

RAȚIONAMENTUL POLITIC

OBIECTIVE ŞI GHID DE STUDIU

Obiectiv:

Capitol de față tratează o serie de problematici referitoare la atitudinile politice şi raționamentul politic al alegătorilor individuali şi al electoratului în ansamblu. Tematicile pe care le abordează subcapitolele sînt:

7* **stabilitatea şi/sau lipsa de stabilitate a atitudinilor alegătorilor;**
8* **caracteristicile şi comportamentul alegătorilor sofisticați şi nesofisticați;**
9* **conținutul şi mecanismele (de simplificare ale) raționamentului* politic.**

Ghid de studiu:

Cursanților li se cere să lectureze singura parte a capitolului de față care a fost introdusă în

manual, cea intitulată COMPLEMENTE DE PSIHOLOGIE POLITICĂ COGNITIVĂ. Dată fiind lungimea şi dificultatea ridicată a textului se recomandă citirea fiecărei secțiuni marcate cu bulina (*bullet*) · într-o şedință separată. De asemenea, se recomandă repetarea de două sau trei ori a fiecărei secțiuni.

COMPLEMENTE DE PSIHOLOGIE POLITICĂ COGNITIVĂ: prelucrarea informațiilor în campania electorală

Materialul de față tratează acele mecanisme psihologice de simplificare, denumite printr-un neologism *euristici*, de care alegătorii fac uz în decursul campaniei cu scopul de a facilita procesului de decizie electorală, precum şi de a reduce costurile (informaționale şi) decizionale. În prealabil trebuie menționat faptul că, pentru a-şi fundamenta decizia, cetățenii prelucrează informațiile de care dispun prin metoda on-line (*on-line* sau *serial information processing*), sau bazîndu-se pe memorie (*memory-based information processing*). De fapt, în scopul luării deciziei, indivizii culeg, acumulează şi stochează în memorie informații, date, elaborează evaluări pe baza acestora şi, în fine, optează pentru candidatul sau partidul pe care îl vor vota.

- **Reprezentativitatea (*representativeness*)**

În timpul alegerilor preliminare, cetățenii trebuie să aleagă adesea dintre candidați pe care aproape că nu îi cunosc deloc. Deci, performanțele politice trecute şi viitoare ale concurenților vor fi estimate de alegători în funcție de măsura în care aceştia corespund scenariilor şi narațiunilor (*narratives*) elaborate anterior de cei din urmă, respectiv în funcție de gradul în care imaginea formată despre primii se potriveşte cu imaginea liderului politic ideal existentă în mentalul electoratului. Această euristică poartă denumirea de *reprezentativitate*. La urma urma, este vorba de un

mecanism în cadrul căruia din trăsăturile personale observate ale candidaților (caracteristici demografice, carieră politică etc.) se vor deduce cele neobservate. În consecință, are loc o serie de operații de extrapolare. Din punctul de vedere al alegătorilor acest procedeu presupune cel mult un disconfort psihic infinitezimal. Mai mult, în general procesul nici nu este conştientizat de către ei, căci reprezintă de fapt un procedeu intuitiv de predicție, ce poate fi considerat cel puțin acceptabil. Acest mecanism de predicție asamblează şi organizează informații sporadice şi observații întîmplătoare în scenarii coerente, alegătorii uitînd ulterior că la urma urmei dispun doar de o imagine-mozaic incompletă. Interpretarea acestei predispoziții înnăscute este faptul că indivizii au obiceiul de a explica sau justifica propriul comportament prin existența unor factori externi – stimulente şi constrîngeri –, şi de a pune comportamentul celorlalți pe seama factorilor interni (de ex. fi trăsăturile personale). În consecință, ei consideră că ori de cîte ori au ocazia să observe comportamentul unui actor, află ceva despre caracterul acestuia. Astfel caracterizările candidaților se îmbogățesc treptat prin încorporarea a tot mai multe informații în aceste imagini mentale.

Din punct de vedere psihologic însă, oamenii îşi asumă riscuri minime atunci, cînd evaluează noii candidați cu ajutorul euristicii prezentate. Căci decizia cu care se confruntă nu este una de natură *statistică*, în cazul căreia numărul experimentelor sau a observațiilor efectuate să aibă o importanță primordială, ci una de natură *clinică*, în cazul căreia completitudinea imaginii este esențială. (Spre

deosebire de procedeele statistice alegătorii nu iau în considerare faptul că lucrează cu un set limitat de date şi nu operează corecţii sau fac abstracţie de inferenţele formulate pe baza unui număr redus de date, atunci cînd le confruntă cu inferenţe rezultate din analiza unei cantităţi mai mari de date.) Istoria politică furnizează dovezi elocvente cu privire la lipsa de importanţă a cantităţii de date disponibile pentru fundamentarea opţiunii electorale şi la focalizarea atenţiei pe informaţiile puţine dar concordante referitoare la noii candidaţi. Astfel, preşedintele Ford în 1976 în campania împotriva lui Jimmy Carter, precum şi Walter Mondale în 1984 în campania împotriva lui Gary Hart au atras atenţia alegătorilor în mod special asupra faptului că dispun de puţine informaţii despre adversarii lor.

Potrivit unei definiţii mai precise, *reprezentativitatea* este o metodă practică grosieră (*rule of thumb*) de a estima probabilitatea ca o persoană să întrupeze un anumit tip de personalitate prin examinarea gradului de similitudine dintre persoana respectivă şi stereotipul format despre categoria de personalitate în cauză. Recurgerea la această euristică pare iraţională, deoarece printr-o asemenea evaluare alegătorul tinde să facă abstracţie de activitatea persoanei în cauză. Şi totuşi, procedeul se regăseşte în comportamentul electoral observat în special în predispoziţia oamenilor de a proiecta evaluările personale, subiective ale candidatului/ţilor asupra a două evaluări independente de fapt de acestea. Cele două aprecieri afectate se referă, pe de o parte, la performanţele de lider atinse de candidaţi în funcţiile deţinute anterior, iar pe de altă parte, la felul

în care se vor comporta în funcția pentru care concurează.

În concluzie, din punct de vedere normativ – presupunînd că problema poate fi pusă în acest fel – neajunsul euristicii de reprezentativitate este că alegătorii nu îşi fundamentează deciziile pe rezultatele obținute în funcția deținută anterior de către politicianul în cauză, ci pe probabilitatea că ea/el – grație trăsăturilor de personalitate cunoscute – a fost suficient de competent(ă) pentru a deține funcția anterioară. Pe de altă parte însă, modelul descrie şi explică în mod adecvat comportamentul alegătorilor, deoarece puțini dintre aceştia pot fi considerați „dependenți de politică". De aici rezultă că marea lor majoritate poate recurge la un singur instrument de evaluare: extrapolarea. Electoratul trebuie să deducă personalitatea politică şi sistemul de credințe al candidaților din trăsăturile personale ale acestora.

.

Legea lui Gresham şi informațiile politice disponibile

„Legea lui Gresham” despre informația politică – sau legea informațională a lui Gresham – se referă la modul în care alegătorii asamblează şi organizează informațiile acumulate în narațiuni, istorisiri. Denumirea regularității observată de POPKIN se bazează pe o analogie, căci unul dintre aforismele din domeniul ştiințelor economice, aşa-numita lege a lui Gresham, formulează o observație asemănătoare, spirituală, conform căreia „banii răi elimină din circulație banii buni”. În termeni psephologici se poate afirma deci că:

> în decursul campaniilor electorale informațiile noi, cu caracter personal, chiar şi în cantitate redusă, pot prevala asupra informațiilor cu caracter impersonal, mai vechi, [dar] disponibile în cantitate mare.

Astfel se explică de ce candidați aproape necunoscuți sînt capabili să învingă la alegerile preliminare candidați cunoscuți de mai demult.

Mecanismul are la bază două cauze. Pe de o parte, este mai uşor să tragem concluzii privitoare la activitatea şi poziția politică a candidaților pe baza unor informații cu caracter personal, decît invers; iar pe de altă parte, puterea de convingere a „dovezilor” cu caracter personal pe care ni le furnizează media audiovizuală este atît de imensă, încît acestea sînt măsură să domine impresiile mai vechi, chiar dacă acestea sînt mai relevante din punct de vedere politic. Cea mai irezistibilă informație cu caracter personal este tocmai aspectul exterior al candidaților cu care alegătorii se confruntă prin intermediul televiziunii.

Relevanța aspectului fizic rezultă din faptul că alegătorii nu judecă politicienii în funcție de poziția şi faptele lor din trecut – adică în funcție de propunerile legislative pentru care sau împotriva cărora s-au pronunțat aceştia în calitate de deputați sau senatori. Acestea sînt fapte „tari”, care pot fi reținute cu dificultate şi probabil par mult prea plictisitoare pentru alegători, exceptînd tipul dependent de politică menționat anterior. În schimb, construirea narațiunilor despre candidați nu necesită materie primă mai bună decît informațiile personale obținute sporadic. Astfel, în cazurile în care în trecutul apropiat – adică în timpul campaniei electorale şi/sau anterior acesteia – nu s-a format o imagine despre un candidat, se poate întîmpla ca alegătorii să compare comportament politic cu date personale. În esență, operația constă în compararea unor fapte cu unele istorioare, din care istorioarele ies învingătoare, deoarece pot fi puse cap la cap şi reținute mai uşor decît seturile de date. În plus, pentru modificarea concluziilor finale este necesară strîngerea mai multor informații negative, decît în cazul datelor „tari”.

În cea ce priveşte procesele de prelucrare a informațiilor ce se petrec în mintea alegătorilor în timpul campaniei electorale, în afară de mecanismul amintit – în privința proximității temporale, al caracterului şi al cantității informației – un rol îl joacă şi *efectul de disponibilitate (availability effect)* studiat de DANIEL KAHNEMAN. Potrivit acestuia, informația apropiată în timp o domină întotdeauna pe cea îndepărtată, sau într-o formulare mai exactă: în cazul unor informații de acelaşi tip, cea nouă se impune

întotdeauna în defavoarea celei vechi. Acest efect nu se produce însă în cazul în care alegătorul confruntă informații recente, impersonale cu informații mai vechi avînd caracter personal.

În cazul în care despre unii candidați sînt disponibile informații legate de campanie, iar în cazul celorlalți este cunoscută mai degrabă cariera politică din trecut, legea informațională a lui Gresham este cea operațională. Or, acest lucru nu este nicidecum îmbucurător, pentru că fețe care inspiră încredere, dar sînt deocamdată necunoscute, se pot impune în detrimentul unor politicieni de succes, care însă nu pot fi considerați carismatici. Totuşi, ținînd cont de faptul că alegătorii sînt „ignoranți raționali" în sens downsian şi exploatează, utilizînd diverse euristici, informațiile (deloc complete) pe care le acumulează chiar şi în mod neintenționat, se poate întîmpla ca ei să uzeze şi de mecanisme de simplificare ce fac trimitere la activitatea politică a candidaților. În consecință, noile figuri nu îi devansează în mod necesar pe politicienii competenți şi de succes.

- **Încadrare/„formulare" (*framing/formulation*)**

Literatura de specialitate referitoare la modelul de reprezentativitate, arată că informația îşi găseşte utilizare dacă poate fi integrată într-o imagine coerentă. În comparație cu aceasta, literatura fenomenului încadrării accentuează faptul că informația care va fi cuprinsă în narațiuni depinde de punctul de vedere al alegătorului, cu alte cuvinte de cadrul utilizat de către acesta. În opinia lui TVERSKY şi KAHNEMAN *cadrul (procesului) de decizie* reprezintă

concepția agentului de decizie referitoare la

acțiunile, rezultatele [posibile] şi împrejurările arbitrare pe care le implică o anumită opțiune. Cadrul ales de agentul de decizie depinde pe de o parte de formularea problemei, iar pe de altă parte de obiceiurile şi însuşirile personale care îl caracterizează, precum şi de normele pe care le acceptă.

ZUKIER şi PEPITONE atrag atenția asupra faptului că orientarea evaluativă aleasă, sau cu alte cuvinte cadrul de evaluare (*judgmental frame*) ales „determină cum este percepută o anumită sarcină, ce fel de dovezi sînt luate în considerare, precum şi strategia cognitivă aplicată". Altfel spus, importanța cadrului rezidă în faptul că informațiile folosite şi atitudinile ce se manifestă variază în funcție de punctul de vedere (sau de referință) la care se apelează.

O analogie a teoriei psihologice a încadrării este teoria sociologică a rolurilor. Potrivit acesteia din urmă, ne putem prezenta în fața altora ca mai multe *personae* diferite, deci folosindu-ne de fiecare dată doar de anumite trăsături ale personalității noastre. În schimb, prima evidențiază faptul că într-o situație dată nu sîntem capabili să privim o anumită persoană din toate punctele de vedere posibile. Concluzia comună care se desprinde din cele două teorii este că ne divizem pe noi înşine în „felii". În plus însă, teoria rolurilor şi cea a încadrării permit şi identificarea acelei „felii" din noi pe care o arătăm unei alte persoane, respectiv a aceleia cu care operăm atunci, cînd la rîndul nostru contemplăm alți oameni.

Efectul de încadrare se manifestă în toate cazurile cînd reformularea problemei sau modificarea punctului

de vedere al observatorului îl va determina pe acesta să-şi fundamenteze decizia pe alte informații. Cu alte cuvinte, ori de cîte ori apare posibilitatea de a concepe diferit o tematică dată, efectul devine operațional. În schimb, atunci cînd nu sînt posibile interpretări alternative, fiindcă diferitele formulări ale problemei recurg la aceleaşi informații şi la aceleaşi metafore, cînd alegătorii şi-au concentrat într-o singură dimensiune atitudinile referitoare la un anumit partid sau candidat, ori cînd referitor la acel partid sau candidat una dintre atitudinile lor se dovedeşte a fi dominantă în comparație cu celelalte, efectul nu mai apare.

Efectele tratate în acest subpunct nu sînt artefacte metodologice care se datorează faptului că indivizii răspund în mod instantaneu şi aleatoric la întrebări ce insistă asupra unor subiecte mai puțin importante pentru ei. Victime ale încadrării pot deveni la rîndul lor şi alegătorii sofisticați care acordă importanță temei politice în cauză, deoarece efectul este, în exclusivitate, rezultatul multiplelor modalități de interpretare ale temei. Limitările la care se supune fenomenul provin din trei surse: pe de o parte anumite probleme reprezintă, independent de formulare, întotdeauna acelaşi lucru pentru unele grupuri de persoane şi evocă întotdeauna aceleaşi atitudini dominante, iar pe de altă parte oamenii se protejează în mod conştient împotriva efectelor de încadrare. Adică în cazurile în care cantitatea redusă de informație nu permite interpretări alternative, sau în care există un mod de gîndire dominant, ori atunci cînd oamenii contemplează fenomenele folosind un „filtru” aparte,

efectul de încadrare nu se poate manifesta.

Studiind evoluția opiniei publice din Statele Unite, IYENGAR ŞI KINDER au găsit dovezi empirice foarte convingătoare ce demonstrează că efectul de încadrare – cel puțin în sistemele prezidențiale – determină în mare măsură aprecierea activității şefului statului. Explicația are trei elemente. În primul rînd, alegătorii şi-au format imagini diferite despre preşedinte, şi astfel devine posibilă manifestarea de la bun început a efectelor de formulare. În al doilea rînd, cînd dintr-o anumită cauză se modifică ceea ce gîndesc oamenii despre problemele cu care se confruntă preşedintele, se schimbă şi modul în care apreciază persoana preşedintelui. În fine, schimbările produse la nivelul modului de gîndire al alegătorilor privind preşedintele şi candidații prezidențiali influențează evaluările referitoare la ei şi deciziile pe care le iau alegătorii.

- **Euristici de evaluare**

Luarea unor decizii raționale, mai ales dacă prin aceasta înțelegem într-o accepțiune restrictivă maximizarea utilității aşteptate (*expected utility*), este o sarcină solicitantă. Mai mult, rezultă adesea în predicții şi decizii incerte. Tocmai din această cauză, oamenii au încredere mai mare în evaluările formulate cu ajutorul euristicilor de evaluare şi în deciziile luate pe baza acestora.

Se poate demonstra, că în general, indivizii se îndoiesc în patru situații de propriile decizii. (1) Dacă în privința unei chestiuni în care trebuie luată o decizie, dovezile disponibile nu sînt contradictorii, nu este nici o problemă. În schimb, dacă decizia trebuie luată pe baza unor dovezi contradictorii, indivizii atribuie, de regulă, o

importanță mai mare datelor care arată într-o direcție sau alta. (2) A opera cu valorile extreme – zero şi unu – ale probabilității, adică formularea unor concluzii pe baza anumitor evenimente care nu s-au produs niciodată sau care se produc tot timpul, este uşor. Însă compararea consecințelor unor evenimente de probabilitate echivocă nu este uşoară, şi naşte incertitudine. (3) Totodată, agenții pot fi în dubiu în cazurile în care trebuie să aprecieze separat cîştigurile şi pierderile rezultate din situații diferite, sau (4) în acelea în care trebuie să prezică valoarea unui indicator mai puțin fidel pe baza unuia mai fidel, deşi precizia aproximației este aceeaşi în ambele direcții.

Două euristici de evaluare rezultă imediat din cele de mai sus: disponibilitatea (*availability*) şi utilizarea informațiilor concordante (cu conținut exclusiv pozitiv sau negativ) față de cele contradictorii, precum şi luarea în considerare a loteriilor pozitive în locul celor mixte. Dacă oamenii recurg la unul dintre acestea, sînt mai siguri de decizia lor. Însă cea mai mare încredere în predicțiile proprii o dobîndesc în cazul în care se manifestă aşa-numitul *efect de pseudo-certitudine (pseudo-certainty effect)*: agenții de decizie dispun date şi probabilități care permit calcule simple şi clare, generînd o încredere sporită din partea celor vizați în propriile lor decizii.

Euristicile folosite în cazul evaluării candidaților (sau a partidelor) şi principiile de pseudo-certitudine care stau la baza acestora arată că alegătorii întîmpină dificultăți în compararea diferiților factori, în confruntarea informațiilor sporadice şi în cîntărirea combinată a dovezilor pozitive şi negative. Dar alegerile

prezidențiale din Statele Unite reprezintă tocmai o astfel de situație decizională, pentru că cetățenii trebuie să-şi formuleze opțiunea pe baza unor date de natură şi cantitate diferită – adică trebuie să compare alternative complexe. Astfel, alegătorii fac uz de una dintre cele mai cunoscute euristici de culegere şi prelucrare a informațiilor: *„algoritmul de căutare al cetățeanului turmentat"* (*the 'Drunkard's Search' mechanism*). În lipsa unei dimensiuni dominante, reduc decizia multidimensională la o decizie unidimensională, candidații fiind comparați pe baza celor mai evidente şi vizibile diferențe pe care le prezintă, şi nu în funcție de diferențele cele mai relevante (din punct de vedere politic).

- **Cristalizarea**

Singurul rezultat promițător este descoperirea fenomenului numit de BRADY şi JOHNSTON *efect de cristalizare* (*crystallisation*). Efectele descrise anterior caracterizează de obicei începutul campaniilor de alegere preliminară. În această etapă popularitatea noilor fețe se datorează evaluării lor ce se efectuează pe baza a de două elemente cu încărcătură pozitivă, şi anume, informațiile cu caracter personal şi comportamentul lor (observat) în timpul campaniei. Pe de altă parte, cadrul ales de expertul de campanie al noului candidat pentru prezentarea acestuia în contrast cu candidatul favorit, mai cunoscut este deopotrivă important. În general, campania electorală a noului concurent asociază candidatului favorit un cadru negativ, mai exact noul candidat se defineşte pe sine ca nefiind (sau nereprezentînd) cea ce alegătorilor le displace la candidatul cunoscut.

Odată cu modificarea cadrului, spijinul acordat candidatului mai puțin cunoscut – de fapt, candidatului la candidatura pentru preşedinție sau candidatului intrat în concurs pentru nominalizare (ca şi candidat prezidențial) – poate scădea dramatic, căci alegătorii vor utiliza mai multe informații referitoare la el, avînd posibilitatea de a efectua comparații mai complete. În plus, acțiunea efectelor de pseudo-certitudine ce au un rol în prognosticarea performanțelor politice viitoare încetează indiferent de volumul informațiilor făcute public despre noul candidat în cazul în care aceste informații devin – în ansamblu – neconcordante. Acest lucru atrage atenția asupra importanței comportamentului din timpul campaniei. Dacă vreun candidat face un pas greşit (comportament negativ de campanie), categoriile „niciodată” şi „întotdeauna” vor fi înlocuite cu adverbul „uneori”.

Concluzia ce se pot trage pe baza ultimelor două alineate este că – odată cu avansarea campaniei electorale – pe măsură ce alegătorii ajung să cunoască mai bine candidații şi imaginea formată despre ei devine din ce în ce mai nuanțată, prognozele privind comportamentul viitor al competitorilor nu vor mai lua în considerare caracteristicile lor personale, ci pozițiile lor politice şi evaluarea acestora. În consecință, alegătorii vor ține cont atît de trăsăturile pozitive, cît şi de cele negative ale candidaților, şi nu vor mai formula predicții interpretabile ca efecte de pseudo-certitudine avînd la bază valorile extreme ale probabilității. Numim acest proces *cristalizare*.

REZUMAT

În încheiere se poate afirma că psihologia (politică)

cognitivă studiază tocmai aceste procese mentale, cele de prelucrare şi evaluare a informaţiilor, precum şi procesele selective şi în consecinţă creative de asamblare sub formă de naraţiuni a elementelor de informaţie. Cercetătorii (sub)domeniului de specialitate au identificat patru caracteristici fundamentale ale acestor mecanisme:

65. **indivizii utilizează *euristica de reprezentativitate* în vederea evaluării informaţiilor colectate;**
66. **în cazul asamblării şi organizării informaţiilor sub formă de naraţiuni alegătorii nu folosesc toate cunoştinţele pe care le posedă despre candidatul respectiv;**
67. **ci doar acele informaţii care concordă cu sistemul de puncte de vedere ale agentului (sau cu referinţa pe care a ales-o), altfel spus cu *cadrul* utilizat de către acesta; precum şi pe cele folosite şi în trecutul apropiat, acestea fiind uşor accesibile.**

BIBLIOGRAFIE

BRADY, HENRY E.–JOHNSTON, RICHARD „What's the Primary Message: Horse Race or Issue Journalism?", in GARY ORREN–NELSON POLSBY (eds.) *Media and Momentum.* Chatham, NJ: Chatham House, 1987.

HOLBROOK, THOMAS M. *Do Campaigns Matter?* London: Sage Publications, 1996. (Contemporary American Politics.)

IYENGAR, SHANTO–KINDER, DONALD *News That Matters: Television and American Opinion.* Chicago, IL: The

University of Chicago Press, 1987.

KAHNEMAN, DANIEL–MILLER, DALE T. „Norm Theory: Comparing Reality to Its Alternatives.”, in *Psychological Review,* vol. 93 (1986), no. 2, pp. 136–153.

KROSNIK, JON A.–SCHUMAN, HOWARD „Attitude Intensity, Importance, and Certainty and Susceptibility to Response Effects.” in *Journal of Personality and Social Psychology,* vol. 54 (1988), no. 6, pp. 940–952.

POKOL BÉLA *Szociológiaelmélet.* [Teorie sociologică.] Budapesta: Felsőoktatási Koordinációs Iroda, 1997.

POPKIN, SAMUEL L. „Decision Making in Presidential Primaries.”, in SHANTO IYENGAR–WILLIAM J. MCGUIRE (eds.) *Explorations in Political Psychology.* Durham, NC: Duke University Press, 1993. pp. 361–379.

— *The Reasoning Voter: Communication and Persuasion in Presidential Campaigns.* 2nd ed. Chicago–London: The University of Chicago Press, 1994.

TÓKA GÁBOR „A szavazói magatartás.” [Comportamentul electoral.], in GALLAI SÁNDOR–TÖRÖK GÁBOR (szerk.): *Politika és politikatudomány.* [Politică şi ştiinţă politică.] Budapest: Aula Kiadó, 2003. pp. 457–477.

TVERSKY, AMOS–KAHNEMAN, DANIEL „The Framing of Decisions and the Psychology of Choice.”, in *Science,* vol. 211 (January 1981), pp. 453–458.

ZUKIER, HENRI–PEPITONE, ALBERT „Social Roles and Strategies in Prediction. Some Determinants of the Use of Base-Rate Information.”, in *Journal of Personality and Social Psychology,* vol. 47 (1984), no. 2, pp. 349–360.

Unitatea a VI-a (Capitolul 6)

TEORII ŞI MODELE EXPLICATIVE ALE COMPORTAMENTULUI ELECTORAL

OBIECTIVE ŞI GHID DE STUDIU

Obiective:

În cadrul capitolului de faţă cursanţi vor face cunoştinţă (în mod detaliat) cu principale teorii care explică opţiunea electorală a indivizilor. Cu alte cuvinte, capitolul prezintă o serie de răspunsuri posibile – formulate în funcţie de abordarea politologică aleasă pentru întrebarea:

10* **Care sînt factorii ce îi determină pe alegători să voteze un anumit partid sau candidat?**

Prima categorie de explicaţii sînt cele de factură sociologică, acestea fiind urmate în ordinea prezentării de teoria psihosociologică a cercetătorilor de la Universitatea Statului Michigan, în încheiere fiind descrise abordările inspirate de – sau elaborate în cadrul – teoriei deciziilor raţionale. Scopul principal al capitolului este explicarea în amănunt a acestora.

1. **Lecturarea capitolului se va face pe subcapitole şi puncte. În fiecare etapă se va**

parcurge cîte un punct dintr-un subcapitol. Astfel se recomandă împărțirea studiului în şase etape. În prima etapă se va citi secțiunea ce prezintă conceptele fundamentale elaborate de „Şcoala Columbia”, în etapa a doua se va studia teoria votului de clasă, în cea de-a treia etapă rezumatul paradigmei celor patru clivaje, iar în etapa a patra modelul „radical”. Ultimele două etape vor fi dedicate pe rînd Şcolii de la Michigan şi abordărilor raționaliste. *O atenție deosebită se va acorda figurilor şi tabelelor.*

2. Fixarea conceptelor se va face cu ajutorul tabelului **Concepte de bază şi termeni de specialitate** şi a întrebărilor recapitulative.

Capitolul 6

TEORII ŞI MODELE EXPLICATIVE ALE COMPORTAMENTULUI ELECTORAL

Prezentul capitol reia teoriile şi modelele descrise succint în capitolul introductiv şi care oferă diferite explicații pentru formarea atitudinilor politice ale alegătorilor individuali împreună cu articularea opțiunilor lor electorale. Prima categorie de explicații le cuprinde pe cele de factură sociologică, cea de-a doua se limitează la teoria psihosociologică elaborată de cercetătorii de la Universitatea Statului Michigan – aceasta fiind totodată ortodoxia ştiințifică în psephologie –, iar cea de-a treia se constituie dintr-o serie de teorii şi modele inspirate de teoria deciziilor raționale. Explicațiile enumerate sînt tratate detaliat în

cele ce urmează în subcapitolele şi subpunctele capitolului.

6.1. Abordări sociologice

Dintre *teoriile* sau *abordările sociologice* trei merită a fi amintite: teoria celor patru clivaje elaborată de LIPSET şi ROKKAN într-o clasică lucrare de sociologie a partidelor, abordarea sociologică elaborată de „şcoala Columbia" (*the Columbia School of electoral behaviour*) şi modelul marxist elaborat de DUNLEAVY şi HUSBANDS pe care teoreticienii britanici, inclusiv cei care l-au elaborat îl numesc „radical". În afară de aceste teorii studiile care cercetau *fenomenul votului de clasă* (*class voting*) sau sintetizau aceste cercetări au reprezentat un important curent în sociologia politică a anilor '60. Aceste abordări vor fi prezentate în continuare în ordine cronologică.

6.1.1. „Şcoala Columbia"

Teoriile elaborate de „Şcoala Columbia" – sociologii de la Centrul de Cercetare Aplicată a Universității Columbia – au încercat să explice comportamentul electoral prin presiunile societale (*social cross-pressures*) la care este supus alegătorul. Esențialul în aceste teorii îl constituie modelul numit „*flux de comunicare în doi paşi*" şi efectele de *activare*, *confirmare* şi *convertire* descoperite de cercetătorii de la această universitate.

Teoria fluxului de comunicare în doi paşi se bazează pe recunoaşterea faptului că orice grup societal cuprinde indivizi (mai) sofisticați şi activi din

punct de vedere politic, care sînt totodată mai sensibili cu privire la interesele grupului şi dornici să-şi exprime părerea în diverse probleme. Aceste persoane, numite *lideri de opinie*, reprezintă veriga sau puntea de legătură dintre mijloacele de comunicare în masă şi componenții grupului din care provin. De obicei, ei se expun în mai mare măsură mesajelor media decît semenii lor aceştia obținînd informația necesară prin intermediul contactelor personale cu primii.

Cele trei efecte de comunicare şi formare de atitudini din timpul campaniei pot fi descrise după cum urmează:

- *Efectul de confirmare* reprezintă consolidarea deciziei electorale preexistente sub efectul propagandei de partid sau a interacțiunii de grup (de exemplu împărtăşirea informațiilor sau a experiențelor ce susțin atitudinile comune ale membrilor grupului). LAZARSFELD, BERELSON şi GAUDET explică acest fenomen prin nevoia oamenilor de avea dreptate şi de a şti acest lucru, precum şi de cea de a obține asentimentul semenilor. Într-adevăr aceste situații survin în realitate datorită omogenității micro-mediilor societale în care oamenii îşi trăiesc viața şi tendinței lor de a se expune în mod selectiv la propagandă politică de natură protectivă, asigurîndu-şi astfel comfortul psihic.
- *Efectul de activare* constă în observația confrom căreia campaniile politice nu produc opinii noi, ci doar le aduc pe cele

vechi la nivelul la care acestea devin „vizibile” şi uşor de exprimat. Cu alte cuvinte, campania electorală *activează* predispoziții psihice latente, transformînd tendințele politice latente în voturi. Forțele ce se ascund în spatele efectului de activare sînt: mass media şi influențele personale.

- ***Efectul de convertire* apare atunci cînd alegătorul este convins, persuadat, să voteze contrar deciziei originale pentru partidul advers sau în dizarmonie cu propriile caracteristici sociale.**

6.1.2. Votul de clasă

Teoretizarea este înrudită cu conceptul marxist de *clasă socială* şi operează cu concepția marxistă a *partidelor de clase* conform căreia aceste organizații sînt *expresiile politice ale unor clase sociale.* Aceste premise au avut ca rezultat în primele două-trei decenii postbelice o serie de cercetări despre care ROBERT ALFORD concluziona:

> **Cele mai multe cercetări psephologice au găsit o corelație între clasa socială din care provin şi partidul pe care îl votează de obicei alegătorii. Persoanele care au o profesie intelectuală sau lucrează în sfera afacerilor, cei cu venituri superioare şi cei cu nivel superior de educație (nu numai bacalaureat) votează cu o mai mare probabilitate un partid care militează pentru protejarea intereselor companiilor şi acordă puțină**

importanță legislației din domeniul protecției sociale decît persoanele care au o ocupație de prestigiu scăzut şi un venit sau o educație inferioară. ... Corelația dintre poziția de clasă şi comportamentul electoral este astăzi un fapt arhicunoscut.

În opinia lui *fenomenul votului de clasă* se explică prin existența intereselor de clasă (obiective), care sînt reprezentate de partide. În afară de acest lucru, anumite partide sînt asociate cu anumite interese. Formularea lui LIPSET este şi mai univocă. El consideră partidele mijloace sau canale ale „luptei de clasă democratice" (sau exprimarea democratică a luptei de clasă) şi afirmă că acestea se sprijină – pe plan mondial – fie pe clasele inferioare, fie pe cele de mijloc şi superioare. Cu ajutorul tabelului de mai jos el oferă şi o imagine de ansamblu a factorilor care explică *votul de clasă* (sau *votul de stînga*) în rîndul grupurilor cu venituri mici:

Factorii care corelează cu votul de clasă

Proporție ridicată a votului de stînga	*Proporție scăzută a votului de stînga*
Oraşe mai mari	Oraşe mai mici, localități rurale
Uzine mai mari	Uzine mai mici
Grupuri cu o rată ridicată a şomajului	Grupuri cu o rată scăzută a şomajului
Minorități etnice sau religioase	Grupuri ce provin din rîndul majorității etnice sau religioase

Bărbați	**Femei**
Regiuni dezvoltate din punct de vedere economic	**Regiuni slab dezvoltate din punct de vedere economic**
Lucrători manuali (gulere albastre) **Ocupații specifice:** **Mineri** **Pescari** **Fermieri ce produc pentru desfacere pe piață** **Marinari, docheri** **Lucrători forestieri**	**Gulere albe** **Ocupații specifice:** **Funcționari publici, lucrători din sfera serviciilor** **Țărani, fermieri „de subzistență” (ce produc pentru consum propriu)**
Muncitori cu o calificare inferioară	**Muncitori cu o calificare superioară**

Sursă: **SEYMOUR MARTIN LIPSET** ***Political Man. The Social Bases of Politics.*** **Baltimore–MD: The Johns Hopkins University Press, 1981. p. 242.**

Primul dintre cei doi cercetători care au investigat acest fenomen a şi propus o măsură a intensității acestuia, cunoscută astăzi sub denumirea de *indicele ALFORD (a votului de clasă)* ce se calculează scăzînd procentajul persoanelor care nu prestează muncă fizică, dar votează partidele de stînga din procentajul lucrătorilor manuali care votează partidele de stînga.

6.1.3. Paradigma celor patru clivaje

LIPSET şi ROKKAN explică apariția clivajelor ce constituie baza sistemelor de partide din Europa (de Vest) prin existența a patru momente istorice de răscruce (*critical junctures*) care au divizat societățile în cauză. Aceste momente au fost marcate de conflicte majore de interese între diferitele grupuri şi/sau structuri societale – eventual statale – ducînd necesarmente la forjarea unor alianțe (de interese). Aceste alianțe (sau coaliții) de interese reprezintă în concepția lor rădăcinile şi precursoarele partidelor Europei Occidentale postbelice.

Cele patru momente critice sînt:

68. **Reforma şi Contrareforma (sec. XVI–XVII),**
69. **revoluțiile naționale (după 1789),**
70. **revoluția industrială (sec. XIX–XX)**

şi

71. **revoluția bolşevică din Rusia (1917).**

Dintre aceste momente autorii tratează cu atenție deosebită cele două revoluții care au cuprins întregul continent: revoluțiile naționale şi cea industrială. Ele au dus la formarea principalelor clivaje sociale, şi anume:

72. ***clivajul biserică–stat*,**
73. ***clivajul centru–periferie*,**
74. ***clivajul urban–rural***

şi

75. ***clivajul patronat–angajați*.**

Avînd în vedere o interpretare strictă a conceptului de clivaj ce presupune un element *empiric* definit în termeni socio–structurali; un element *normativ*, adică ideologia sau ansamblul de valori şi credințe ce conferă

grupului societal definit anterior un sens al identității şi îi reflectă conştiința de sine; precum şi un element *organizațional/comportamental* (partid politic şi/sau sindicat) ce a luat naştere ca parte a clivajului, este evident că modelul este capabil să stabilească o legătură biunivocă între grupurile societale şi partidele care le reprezintă pe acestea, ceea ce face posibilă predicția sau explicarea comportamentului electoral.

6.1.4. Modelul „radical”

În virtutea modelului, sufragiile alegătorilor reflectă *poziția pe care ei o ocupă în ierarhia societală* – cu alte cuvinte *apartenența de grup* – sau modul în care ei percep această poziție (apartenență). Or această percepție este determinată de *mijloacele de comunicare în masă* ce definesc *ideologia dominantă* a societății şi de *competiția dintre partide*. Adică alegătorii votează prin prisma percepției privitoare la propriile interese de grup, percepție ce rezultă din mesajele receptate din mass media şi de la partide, deci la urma urmei din „interpretarea ideologică a diviziunilor sociale de către sistemul politic”. (De notat este că prin această explicație modelul ignoră *grupurile primare* – de exemplu familia şi cercul de prieteni – punînd accentul pe *grupurile secundare* – clasele sociale. Pe scurt: nu contează tiparele de socializare intergenerațională, în plus, parcă nici familia şi nici prietenii sau colegii nu ar discuta niciodată despre politică.)

Cele patru teorii şi tradiții ştiințifice descrise în această secțiune – după cum s-a văzut – pun accentul

pe structura societală şi pe apartenența de grup (sau de clasă) a alegătorului, aceasta din urmă determinîndu-i în mare măsură opțiunea electorală. Cea mai frecventă critică adusă în special primelor lucrări inspirate de această abordare era refutarea determinismului social căreia pare să-i fie tributară chiar setul de teorii în sine: mediul social determină în mod nemijlocit comportamentul politic – privînd oarecum cetățeanul de libertatea sa de alegere.

6.2. Şcoala de la Michigan

Modelul sociopsihologic (sau psihologic) al comportamentului electoral poartă mai multe denumiri. Pe lîngă denumirile care încearcă să arunce lumină asupra abordării ştiințifice care a dat naştere modelului se mai vehiculează şi altele. DALTON, adaptînd modelul inițial, l-a denumit „modelul pîlniei cauzalității” ***(the funnel of causality model of voting)*****, iar cei care l-au elaborat** ***modelul identificării partinice*** **(*****party identification model*** **– PID). Aceasta este denumirea folosită cel mai frecvent pe lîngă cea de „model Michigan” (*****Michigan model*****) ce reflectă apartența academică a proponenților. Față de explicațiile de natură sociologică, premisa** ***modelului PID*** **este existența unui ataşament psihologic de lungă durată a alegătorului vizavi de un anumit partid politic. Modelul însă ține seama nu numai de presiunile societale (*****social cross-pressures*****) la care este supus alegătorul şi care duc la formarea acestei identificări de natură psihologică, ci şi de impactul mesajelor transmise de mass media, respectiv efectul pe care îl pot avea**

candidații asupra electoratului. Astfel, explicația devine mai flexibilă şi mai puțin deterministă. Ea poate fi sintetizată prin Figura 1.1:



Apartenența de grup

Influența mass media

Influența prietenilor

Tipare istorice

Sursă: **RUSSEL J. DALTON** ***Citizen Politics.*** **(FIGURA 9.1 — PÎLNIA CAUZALITĂȚII CA PREDICTOR AL DECIZIEI ELECTORALE.) p. 197.**

6.3. Modelele raționaliste

În ceea ce priveşte modelele raționaliste ele se pot împărți în două mari categorii. Prima categorie este cea a abordărilor care deduc decizia electorală din considerente de natură politică (îmbinate eventual cu aspecte de natură economică), deducția sau decizia electorală împrumutîndu-şi metoda din microeconomie; iar cea de-a a doua a abordărilor care presupun că alegătorii îşi formulează opțiunea electorală pe baza unor considerente economic–utilitariste (*votul economic*). În cele ce urmează vom parcurge pe scurt toate aceste abordări.

După cum am mai amintit, principala sursă de inspirație pentru cei care au elaborat modele raționaliste a fost teoria lui DOWNS, o teorie care se încardează – împreună cu modelele mai noi referitoare la votul tematic (*issue voting*), apărute în urma reconsiderării modelului original – în prima categorie. Modelul downsian inițial este considerat a fi unul

prospectiv. Alegătorul evaluează performanța partidului/elor aflat(e) la guvernare doar pentru a putea prezice performanța lui/lor viitoare şi utilitatea pe care el o va obține în urma unui nou mandat. El de fapt compară această utilitate cu cea pe care aşteaptă să o obțină în cazul în care forțele de opoziție ar învinge. FIORINA a fost cel care a îmbinat identificarea partinică şi alegerea rațională, eliminînd astfel caracterul static al modelului anterior. El şi-a botezat modelul „vot retrospectiv” *(retrospecive voting)*. Pentru el identificarea partinică nu este decît un scor referitor la partidul preferat pe care alegătorul îl ține şi îl recalculează, îl ajustează la terminarea mandatelor guvernamentale ale partidului. O versiune mai recentă a modelului rațional este modelul „alegătorului consumator” (*the voter as consumer*). Acest model a fost elaborat de HIMMELWEIT şi colaboratorii ei ca rezultat al unui studiu longitudinal între anii 1959–1974 cu privire la alegerile din Regatul Unit şi constituie o aplicație a teoriei utilității multiatribut (*multiple-attribute utility theory* – MAUT). Conform acestui model alegătorul se comportă în fața urnelor ca un cumpărător într-un supermagazin. El caută şi evaluează pe baza atributelor, proprietăților calitative ale mărfurilor de un anumit fel atît vechile mărci preferate, cît şi produsele sau ofertele noi. În acest mod, ca şi modelul lui FIORINA, nici acest model nu este determinist ori static.

În fine, *votul economic* (*economic voting*) constituie cea de-a doua categorie a modelelor raționaliste. În cadrul acestei teorii deosebim două tipare comportamentale. *Evaluarea egocentrică* (sau

votul egocentric) presupune o decizie electorală – în sensul acordării încrederii şi a votului partidului/elor care dețin(e) puterea guvernamentală – luată de alegător în funcție de cum apreciează evoluția propriei situații material-financiare sau cea a familiei sale. Datorită raționamentului descris această specie de vot economic a dobîndit porecla de „evaluare-portmoneu” (*pocketbook voting*). *Evaluarea sociotropică* (sau *votul sociotropic*) implică o decizie electorală ce depinde de aprecierea personală a stării economiei naționale. Un asemenea comportament nu reclamă altruism din partea alegătorului, deoarece este motivat de intuiția că prosperitatea economiei naționale înseamnă un trai mai bun şi pentru cetățeni. Alegătorii tind să-şi formuleze deciziile electorale nu numai în funcție de perspectiva egocentrică sau sociotropică, ci şi de performanțele din trecut ale partidelor sau de aşteptările lor referitoare la performanța viitoare a acestora – după cum s-a menționat şi mai sus. Deci – în ceea ce priveşte formularea unor ipoteze teoretice – atît modelul egocentric, cît şi cel sociotropic poate fi surprins în varianta sa retrospectivă, respectiv prospectivă. (Vezi **Tabelul 1.1.**) Dar cercetările empirice americane şi est-europene par a atesta doar funcționarea raționamentelor sociotropice.

Tabelul 1.1. – Tipologia evaluărilor de natură economică

	REFERINȚA SOCIALĂ	
	INDIVID	SOCIETATE

REFERINȚĂ	TRECUT	evaluare egocentrică retrospectivă	evaluare sociotropică retrospectivă
TEMPORALĂ	VIITOR	evaluare egocentrică prospectivă	evaluare sociotropică prospectivă

Concepte de bază şi termeni de specialitate

abordări sociologice
- *şcoala Columbia*
- *teoria clasică a clivajelor* (LIPSET–ROKKAN)
- *modelul radical*

concepte (abordarea Columbia)
- *activare*
- *confirmare*
- *convertire*
- *flux de comunicare în doi paşi*
- *lideri de opinie*

modelul Michigan
- *modelul identificării partinice*
- *modelul pîlniei cauzalităţii*
- *modelul psihologic* (HARROP–MILLER)
- *modelul sociopsihologic* (DALTON)
  - *votul normal*

efectul de persuasiune

efecte de proiecţie

modele elaborate în cadrul teoriei deciziilor raţionale
- *votul prospectiv*
  - *diferenţială de partid*
- *votul retrospectiv*
- *alegătorul–consumator*

votul economic
- *evaluarea egocentrică (vot egocentric)*
- *evaluarea sociotropică (vot sociotropic)*

tendința de revenire

aliniere
dezaliniere
realiniere

BIBLIOGRAFIE GENERALĂ

ALFORD, ROBERT R. *Party and Society.* Chicago: Rand McNally, 1963.

— „Class Voting in the Anglo-American Political Systems.”, in SEYMOUR MARTIN LIPSET–STEIN ROKKAN (eds.) *Party Systems and Voter Alignments. Cross–National Perspectives.* New York: The Free Press, 1967. pp. 67–93.

BARTOLINI, STEFANO–MAIR, PETER *Identity, Competition and Electoral Availability: The Stabilisation of European Electorates 1885–1985.* Cambridge: Cambridge University Press, 1990.

BERELSON, BERNARD R. – LAZARSFELD, PAUL – MCPHEE, WILLIAM N. *Voting. A Study of Public Opinion Formation in a Presidential Campaign.* Chicago, IL: The University of Chicago Press, 1954.

DALTON, RUSSEL J. *Citizen Politics. Public Opinion and Political Parties in Advanced Industrial Democracies.* 2nd ed. Chatham, NJ: Chatham House, 1996.

DEUTSCH, MORTON „Mi a politikai pszichológia?” [Ce este psihologia politică?] in LÁNYI GUSZTÁV *Politikai pszichológia. Szöveggyűjtemény.* [Psihologie politică. Culegere de texte.] Budapesta: Balassi – ELTE Szociológiai Intézet, 1996.

DOWNS, ANTHONY *An Economic Theory of Democracy.* New York: Harper, 1957.

DUNLEAVY, PATRICK–HUSBANDS, CHRISTOPHER *British Democracy at the Crossroads.* London: Allen & Unwin, 1985.

DUVERGER, MAURICE „Caucus and Branch, Cadre Parties

and Mass Parties." in PETER MAIR (ed.) *The West European Party System*. Oxford: Oxford University Press, 1990. (Oxford Readings in Government and Politics.) pp. 37–45.

FIORINA, MORRIS *Retrospective Voting in American National Elections.* New Haven, CT: Yale University Press, 1981.

HARROP, MARTIN–MILLER, WILLIAM L. *Elections and Voters. A Comparative Introduction.* London: Macmillan, 1987.

HARPER, MARCUS A. G. „Economic Voting in Postcommunist Eastern Europe.", in *Comparative Political Studies,* vol. 33, no. 9 (November 2000), pp. 1191–1227.

HEATH, ANTHONY–EVANS, GEOFFREY–MĂRGINEAN, IOAN „Clasa socială şi politica în Europa de Est.", in *Revista de Cercetări Sociale,* Anul I, nr. 2 (august 1994) pp. 59–67.

KÖRÖSÉNYI ANDRÁS *Pártok és pártrendszerek.* Budapest: Századvég Kiadó, 1993. /Politika./ [Partide şi sisteme de partide.] (Seria Politika.)

LANE, JAN-ERIK–ERSSON, SVANTE O. *Politics and Society in Western Europe.* 3rd edition. London: Sage Publications, 1994.

LAZARSFELD, PAUL–BERELSON, BERNARD R.–GAUDET, HAZEL *The People's Choice. How the Voter Makes up His Mind in a Presidential Campaign.* New York – London: Columbia University Press, 1944.

LIPSET, SEYMOUR MARTIN *Political Man. The Social Bases of Politics.* Baltimore, MD: The Johns Hopkins University Press, 1981.

LIPSET, SEYMOUR MARTIN–ROKKAN, STEIN „Cleavage

Structures, Party Systems and Voter Alignments. An Introduction.”, in SEYMOUR MARTIN LIPSET–STEIN ROKKAN (eds.) *Party Systems and Voter Alignments. Cross–National Perspectives.* New York: The Free Press, 1967. pp. 1–64.

ROSE, RICHARD–HAERPFER, CHRISTIAN W. „Reacţia maselor la transformările din societăţile post-comuniste.”, in *Revista de Cercetări Sociale,* Anul I, nr. 4 (decembrie 1994) pp. 72–96.

TÓKA GÁBOR „A szavazói magatartás.” [Comportamentul electoral.] in GALLAI SÁNDOR–TÖRÖK GÁBOR (szerk.) *Politika és politikatudomány.* [Politică şi ştiinţă politică.] Budapest: Aula Kiadó, 2003. pp. 457–477.

ÎNTREBĂRI RECAPITULATIVE ŞI TEME DE CASĂ

Întrebări recapitulative

1. **Ce teorii sociologice referitoare la opțiunea electorală cunoaşteți?**
2. **Care sînt conceptele fundamentale ale teoriei elaborate de „Şcoala Columbia”?**
3. **Ce modele şi teorii explicative ale opțiunii electorale cunoaşteți care s-au inspirat din paradigma deciziilor raționale?**

Modulul al III-lea

ÎNDEPTAR METODOLOGIC ŞI DIDACTIC

Anexa nr. 1

LECTURĂ OBLIGATORIE

ALFRED BULAI ***Mecanismele electorale ale societății româneşti.***
Bucureşti: Paideia, 1999. (Colecția Ştiințe sociale.)
– fragmente –

(Capitolul I Votul – fenomen social)

Prejudecăți în studierea electoratului şi a votului

Cunoaşterea socială este întotdeauna însoțită de prejudecăți pe care le avem, dat fiind conținutul comun, sensul comunului pe care îl resimțim în orice cercetare asupra socialului. Aceasta din urmă nu poate, în nici o condiție sau formă, să se elibereze total de universul cunoaşterii comune, pentru că aceasta, la rândul ei, face parte din acelaşi obiect de investigație. Mai mult, în cunoaşterea fenomenelor de tip electoral, dimensiunea politică, ca şi cea statistic descriptivă, prevalează suficient, apropiând şi mai mult fenomenul electoral de planul cotidianului. Şi poate că prima prejudecată cu care avem de-a face este tocmai aceea a considerării votului, ca şi a mecanismului electoral, ca fiind realități de la sine înțelese. Din acest motiv, studiile, cele mai multe, au o factură descriptivă şi se mulțumesc cu regularități empirice probate de o experiență care este reprezentativă, fie doar pe termen

foarte scurt, fie doar pe un termen mult mai îndelungat decât cel al orizontului temporal al anchetei. Arareori însă întâlnim modele teoretice care să-şi asume funcţii explicative şi, de ce nu, poate şi predictive. Regulile sau jocul procentelor fascinează într-o măsură foarte mare, iar atunci când acest stadiu se depăşeşte, se ajunge cel mai adesea doar la analiza comunicării politice, în principal a discursului de tip electoral. Acest gen de prejudecată derivă însă dintr-un altul mult mai general. [*sfîrşitul paginii nr. 42*]

Problema, aşa cum am menţionat la începutul acestui capitol, este aceea a opţiunii între politic şi social în raportarea la vot. La un nivel politic, tabloul propus este oarecum firesc. Dacă însă considerăm votul un fenomen social, atunci, ca tip de alegere socială, el este mai mult decât o simplă opţiune, cantitativ măsurabilă. Jocul procentelor capătă o semnificaţie secundară, iar analizele noastre ar trebui să înceapă cu mult înainte de exprimarea propriu-zisă a opţiunii de vot. Aceasta înseamnă totodată că votul nu mai poate fi considerat un monopol al politicului. El, ca tip de alegere socială şi/sau de delegare a responsabilităţii, reprezintă un fenomen cu mult mai general, fapt pe care încercăm să-l şi argumentăm în această lucrare.

O altă prejudecată, dacă rămânem în aceeaşi zonă, este legată de considerarea votului în termeni de eficienţă şi de criteriu de identificare, eventual, a unui sistem politic de tip democratic. Se induce ideea că există modalităţi corecte de a fi exercitat votul, iar atunci când acestea se realizează, spunem că au fost satisfăcute cerinţele de bază ale unui sistem politic de

tip democratic. Este indubitabil faptul că sistemele democratice nu pot funcționa fără mecanisme electorale de tipul votului. Acesta însă, nici pe departe, nu le este specific. Votul nu este deci apanajul sistemelor democratice, el există în orice tipuri de societăți, chiar dacă funcționează diferit. Aşa cum am menționat deja, votul poate avea şi o funcție ritualică, el poate să fie definit extrem de diferit la nivelul electorilor, prin intermediul procesului de definire a situației electorale. Pot exista, spre exemplu, vot şi, implicit, mecanisme electorale complexe, şi în statele totalitare, şi ele pot fi la fel de importante pentru funcționarea sistemului social, chiar dacă şi extrem de diferite.

Din acest motiv, trebuie să respingem şi o altă prejudecată care se face, particularizată de această dată la situația societăților foste comuniste. Nu se pune problema de a învăța să ne comportăm democratic, prin învățarea şi înțelegerea mecanismelor votului. Se tot vorbeşte de maturizarea electoratului, de învățarea modalităților de exprimare a opiniilor, de a învăța regulile jocului electoral etc. Nimic mai fals. în plin socialism, românii votau aproape la fel de mult ca şi astăzi, deşi sensul votului este greu de crezut că era acelaşi. Şi numai un ziarist de categoria a treia poate să considere că românii mergeau la vot pentru că le era frică sau pentru că nu ştiau ce făceau. Nu, votul era vot şi în socialism, şi deşi politic era diferit, ca fenomen social el funcționa destul de asemănător.

Nu este însă prea uşor să facem o analiză a modului în care sistemul electoral a funcționat în socialism. Ceea ce vrem însă să menționăm, pentru

moment, este că el a fost prezent şi a funcţionat real. Mai mult, într-un anume fel, dincolo de alegerile politice, el a fost un fenomen cu mult mai general şi care, [*sfîrşitul paginii nr. 43*] într-un anume fel, a fost cu mult mai prezent în ţările socialiste decât în cele occidentale. De la simplele organizaţii de pionieri, de la utecişti sau studenţi până la muncitori, sindicalişti şi chiar categorii de liber-profesionişti, pretutindeni votul era prezent, şi ar fi o naivitate să considerăm că acest fenomen a fost o simplă, dar uriaşă mascaradă naţională. Votul, ca act politic, a funcţionat în mod impropriu, cu siguranţă, şi de foarte multe ori în afara naturii care îi era specifică. Din punct de vedere social, el a funcţionat diferit de cel de astăzi, dar şi cu multe izomorfisme. Cert este că mecanismul electoral nu s-a creat abia acum, în ultimii ani, în România, aşa cum nu s-a produs o asemenea „naştere" a mecanismelor electorale postcomuniste nici în celelalte ţâri care se află într-o tranziţie similară cu a noastră. [*sfîrşitul paginii nr. 44*]

Capitolul II

Votul – între teoretic şi empiric

În noaptea de 22 Decembrie 1989, undeva în Giurgiu, un tractorist privea cu familia la televizor spectacolul Revoluţiei. Era ceva fascinant, deopotrivă palpitant, dar totodată destul de straniu, pentru că ceea ce era afişat pe ecran reprezenta o cu totul altă lume decât cea de afară. In Giurgiu, ca în cele mai multe din localităţile ţării, nu se întâmpla nimic în acel moment. Ca toată lumea, şi cei din Giurgiu ştiau sigur un singur

lucru. Că Ceauşescu fugise, oricum, nu mai conducea, şi că, în general, se vor schimba lucrurile. Desigur, nu se prea ştia în ce fel, cât sau cum acestea se vor schimba. Era clar că altcineva va conduce de acum România. La televizor apăruseră deja o droaie de oameni, iar în orele şi zilele care aveau să urmeze au mai apărut încă mulți alții, ceea ce sporea, desigur, nesiguranța şi deruta. La un moment dat, una din fostele figuri ale televiziunii, celebrul domn Brateş, îl prezintă destul de ceremonios pe Ion Iliescu, iar acesta citeşte o declarație, la fel cum făcuseră şi alții mai devreme. Tractoristul nostru, un om extrem de simplu, cu doar patru clase, şi-a chemat toată familia şi, cu paharul de vin în mână, le-a spus: „Ei, uite, ăsta va fi în locul lui Ceauşescu!”. Era în seara lui 22 Decembrie şi aproape nimeni nu-l cunoştea pe Ion Iliescu. Acesta, la puțin timp după evenimente, va prelua conducerea țării pentru mai bine de şapte ani.

Este acesta un caz de profeție, de cunoaştere, o simplă întâmplare? Ne putem de altfel întreba, pentru a fi răi, câți dintre politologii, sociologii sau mințile limpezi de atunci sau de mai târziu, în acele momente de maximă derută, ar fi putut face o asemenea predicție. Probabil că şi cei mult mai informați decât noi asupra a ceea ce se întâmpla nu puteau fi siguri sută la sută de acest lucru. Evident, poate fi şi o întâmplare, la fel cum putem spune că este un tip de profeție care se autorealizeazâ, pentru că tractoristul nostru „ştia” pe cine ar alege, şi probabil că foarte mulți gândeau sau simțeau la fel. Ar fi însă prea puțin, pentru că acesta nu este doar un act de exprimare a unei opțiuni, ci şi unul de cunoaştere a unor realități

aflate în plin proces de geneză. [*sfîrşitul paginii nr. 45*]

Dar să mai luăm un exemplu. într-una din dezbaterile televizate din cadrul campaniei electorale prezidențiale din 1996, domnul Emil Constantinescu a declarat, parafrazăm: „ ... am fost în campanie în mai multe sate din Moldova, unde am fost primit extrem de bine”, adică „într-o zonă altădată roşie”. La fel şi domnul Iliescu, ca şi alți candidați, au făcut referiri în campanie la modul în care votează anumite categorii sociale. Veți spune, pe drept cuvânt, că nu este mare lucru, pentru că aproape oricine poate să-şi facă o impresie despre cum votează anumite categorii sau anumiți oameni. De câte ori nu am auzit de la câte un cunoscut replici de genul: „Ăla este pedeserist” sau „Cine?! Țărănistul ăla?” Aceste etichete, utilizate peiorativ sau laudativ, sunt conferite cel mai adesea fără cunoaşterea unei opțiuni clar formulate din partea respectivilor.

Votul este un act individual şi secret. Fiecare este singur în cabina de vot şi nu sunt foarte mulți cei care îşi fac publice, în mod expres, opțiunile politice. Şi cu toatea acestea, ştim cu cine simpatizează aproape toți cei din jurul nostru. Uneori ne spun ei, alteori deducem şi singuri. Aceasta pentru că fiecare dintre noi are capacitatea, la nivelul simțului comun, să cunoască realitatea imediată. Evident, această cunoaştere este un construct la care contribuie experiența personală a fiecăruia, presa sau, în general, mediile de informare şi opinie, declarațiile politicienilor şi, bineînțeles, rezultatele, de regulă mediatizate, ale anchetelor sociologilor, ca şi, evident, rezultatele alegerilor trecute.

Şi aici, ca şi în alte domenii de investigație, granița dintre cunoaşterea comună şi cea ştiințifică este extrem de greu să fie controlată. La un capăt avem anchetele şi sondajele realizate de specialişti, la celălalt experiențele individuale ale oricăruia dintre noi.

Şi unii, şi ceilalți au ambiția să cunoască şi să înțeleagă nu numai votul, ci şi mecanismele psihosociale care stau în spatele acestuia. Aproape toată lumea intuieşte că, deşi votul este un act individual, el are în mod cert o dimensiune socială. într-ădevăr, țăranii au tendința de a vota altfel decât orăşenii, moldovenii altfel decât bănățenii, tinerii sau cei cu studii superioare tind şi ei să aibă comportamente de vot specifice. Este limpede pentru toți că diversele categorii sociale, uneori chiar profesionale, au tendința de a avea anumite tipuri distincte de comportamente de vot.

O cercetare ştiințifică asupra votului, a electoratului şi a mecanismelor sociale care fac ca un sistem electoral să funcționeze, presupune să ne îndepărtăm de două lucruri. De abordarea simțului comun, mai întâi, iar în al doilea rând, de abordarea politică. Nu refuzam dreptul politologilor de a aborda ştiințific votul, ci doar considerăm că ceea ce ei pot face nu are legătură cu un demers de tip ştiințific. Iar în cazurile când aceştia încearcă să depăşească nivelul simțului comun, atunci fie, în mod fericit, ajung să facă sociologie, psihologie sau [*sfîrşitul paginii nr. 46*] psihologie socială, fie se opresc cumva în anticamera ştiinței, la nivelul descriptivului, reuşind doar să descrie empiric realitatea electorală.

Nu refuzăm un domeniu de cercetare ştiințifică

politologilor, numai că vrem doar să subliniem faptul că votul, aşa cum am precizat deja, este un fenomen social, un tip particular de alegere socială, şi fără a ține cont de imperativele teoretice, dar mai ales metodologice ale sociologiei, nu putem să-l analizăm ştiințific. Nu înseamnă absolut deloc că alte tipuri de abordări nu ar fi posibile sau utile, inclusiv o analiză a votului din prisma aspectelor sale politice.

Este cert că perspectiva de tip sociologic este cea pe care noi dorim să o invocăm şi care, considerăm noi, evident părtinitori, este cea mai reprezentativă. Nu avem însă un tablou al cercetărilor electorale atât de simplu pe cât pare la prima vedere. Chiar şi perspectiva sociologică este extrem de nuanțată, ea mergând spre psihologia socială atunci când este vorbă de studiul comportamentelor electorale şi al dinamicii atitudinale a grupurilor şi comunităților, spre sociologia comunicațiilor atunci când ne preocupă comunicarea politică, spre cercetările de tip culturălist sau spre cele antropologice dacă ne interesează prevalenta factorilor culturali etc. Pentru a ne preciza mai exact poziția teoretică şi metodologică, vom încerca să ne referim la câteva dintre aceste orientări şi tipuri de abordări ale mecanismelor electorale.

Tipuri de abordări în cercetările electorale

În primul rând, la un nivel general, putem distinge între abordările empirice şi cele teoretice. Există cercetări care se opresc la identificarea datelor şi la semnalarea unor regularități empirice, la descrierea eventuală a fenomenelor, la surprinderea regulilor şi schemelor de comunicare politică, la relevarea unor

reguli, norme şi „jocuri” de procente care se manifestă tendențial într-un sistem electoral.

Dacă dorim să înțelegem mai mult, atunci trebuie să construim o teorie pe baza căreia nu numai să descriem, ci să şi explicăm, şi eventual să oferim o anumită „înțelegere” a comportamentelor electorale de un anumit tip şi, de ce nu, în final, să oferim eventuale predicții ale evoluției sistemului electoral. Nivelul teoretic presupune pe cel empiric, pe care trebuie să şi-l asume şi să îl depăşească.

Indiferent că sunt empirice sau teoretice, investigațiile asupra sistemelor electorale pot să fie punctate şi în alt registru. Aşa cum am măi spus, există înainte de toate, istoric cel puțin, analize de tip politic care se centrează în special pe relația dintre actorii politici şi voturile pe care ei le obțin. Jocul procentelor şi jocul politic sunt principalele ținte ale acestor tipuri de abordări. într-o asemenea ordine de idei, contează în primul rând procentele obținute de formațiunile politice [*sfîrşitul paginii nr. 47*] şi jocul acestora în sistemul electoral. Putem calcula astfel, într-o manieră empirică şi relativă, desigur, o serie întreagă de indicatori ai climatului democratic, ai reprezentării reale a electorilor sau ai normalitâtii unui sistem electoral. Toate aceste atribute specifice unui mecanism electoral sunt condiționate de către tipul de sistem electoral pe baza căruia ău loc scrutinurile care furnizează procentele. respective. într-un sistem electoral ca al nostru, care funcționează pe baza legii 68/1992, care presupune un prag de 3% pentru admisia în Parlament şi care presupune în mod obligatoriu distribuirea voturilor, ca şi modalitățile de anulare a

acestora, putem calcula spre exemplu susținerea reală a forțelor politice – luând în calcul pe de o parte procentul voturilor real exprimate, al celor corect exprimate şi al celor „irosite” pentru formațiuni care nu obțin pragul şi ale căror procente sunt redistribuite, putem calcula care este suportul electoral real în populație al alegerilor. Astfel, în 1996, deşi au participat la vot circa 71% din cei înscrişi în listele electorale, ponderea voturilor „utile”, adică exprimate pentru câştigători, a fost de 57%. Cu alte cuvinte, din totalul electorilor a contat real doar opțiunea, a 57% dintre aceştia, nu cu mult mai mult decât în alegerile din 1992, când acest procent a fost de 53,6%. în aceeaşi manieră se pot stabili anumite praguri ale „normalității” unui sistem electoral democratic, desigur, pe baza datelor furnizate: de istoria sistemelor electorale. De exemplu, J. Blondel stabileşte un prag de minim 20% dintre sufragii care trebuie să existe pentru cel puțin două partide politice, pentru a avea de-a face cu un sistem multipartid „pur” şi, implicit, cu un sistem electoral democrat real. Potrivit unui asemenea prag, definit normativ, desigur, sistemul electoral românesc a trecut într-o asemenea stare doar în urma alegerilor din 1996, când două formațiuni, PNȚ-CD şi PDSR, au obținut peste 20 % din voturi, de fapt, din mandate.

Asemenea regularități electorale ale normativității „democratice”, ca şi testul dublei răsturnări a lui Huntington, precum şi alte asemenea „legități” similare, sunt în fond simple regularități definite la un nivel empiric şi totalmente normativ. Ele au în spate adeseori, nu atât opțiunile, cât pur şi simplu voturile exprimate, uneori chiar mandatele primite în Parlament.

Votul, în dinamica şi în fundamentarea sa, nu are relevanță în asemenea analize. Limitele sunt definite strict normativ şi, din acest motiv, extrem de discutabil. De exemplu, limita de 20% ar privi partidele politice, şi nu alianțele, pentru că mandatele sunt distribuite, pe baza ordinii listelor electorale, partidelor componente, şi nu alianței. Din punct de vedere politic, raționamentul este corect, la nivel social însă, electoratul nu face asemenea distincții. Alianța este privită de o parte a susținătorilor săi ca un partid singular, mulți electori neştiind nici măcar care este componența politică exactă a alianței. De exemplu, la alegerile din 1996, [*sfîrşitul paginii nr. 48*] mai mult de jumătate din votanții care au declarat opțiunea pentru CDR nu cunoşteau nici una din formațiunile componente ale alianței, în timp ce doar 37% dintre aceştia au putut numi corect una sau două formațiuni membre.

Pornind de la aceeaşi sferă de interes, dar cu alte instrumente, s-au impus, începând în special cu perioada interbelică, o serie de analişti care studiază doar un tip de aspect al tabloului electoral, şi anume cel al comunicării politice. Acest tip de investigație se centrează nu atât pe demers, cât mai ales pe procedeu. Cum îi poți determina pe oameni să te voteze? Cum îi convingi Său cum îi neutralizezi împotriva influențelor altora? Modalitățile de analiză sunt destul de multe. Te poți focaliză asupra analizei conținutului mesajului politic, fie sub forma cuvintelor-cheie, a sloganurilor sau, la un nivel superior, a analizei tematice, fie ajungând până la analiza de discurs şi probleme de semantică electorală. Evident că toate aceste analize, în principal cantitative şi cu privire la texte ce țin de

comunicarea verbală, pot fi dublate de analize calitative, inclusiv asupra mesajelor vizuale. Comunicarea politică se întâlneşte, fie că o recunoaşte, fie că nu, cu propaganda şi cu acțiunile politice de campanie. în acest mod însă, ne apropiem extrem de mult de marketingul electoral.

Există o piață politică, o ofertă, ca şi o cerere electorală. Ca oricare piață, şi cea politică are regulile ei, care trebuie să fie cunoscute şi valorificate. Tendințele pieței trebuiesc analizate permanent, atât la nivelul ofertei concurențiale a actorilor politici, cât şi la nivelul cererii electoratului. Din acest punct de vedere, putem să vorbim şi de o marfă care se oferă pe piață, care poate fi atât mesajul electoral ca atare, mesaj care presupune idei, asumări de responsabilități şi totodată exprimarea unor dezirabilități, cât şi, în alte situații, actorii politici care pot fi „pregătiți", „aranjați" şi, mai apoi, prin publicitate electorală, vânduți ca mărfuri.

Există mărfuri care se caută, ca şi unele nevandabile. Publicitatea, mai general comunicarea politica, poate să impună o „marfă", aşă cum poate fi ideea de „schimbare obligatorie" sau chiar domnul Emil Constantinescu. Şi cu toate acestea, nu putem avea un proces asemănător celui de tip economic. Aceasta pentru că, în realitate, mărfurile nu-şi schimbă valoarea şi, de fapt, nu circulă. Paralelismul, altfel seducător ca orice paralelism, funcționează până la ceea ce ar putea fi actul vânzării, care pentru noi ar fi tocmai comportamentul de vot. De fapt, electorii nu primesc o marfă, nu devin proprietari şi nici nu dețin măcar un drept de uzufruct asupra acesteia. Moneda lor căutată

pe piață, votul, nu se schimbă pe nimic concret, pentru că, fie că este vorba de idei, fie că este vorba de actori politici, aceştia nu pot deveni subiect al proprietății. Se schimbă această marfă pe dezirabilități, poate pe „vise”, am putea să spunem, oricum pe anumite [*sfîrşitul paginii nr. 49*] speranțe de reprezentativitate. Nu este cazul să insistăm în acest moment. Ceea ce trebuie să reținem este dimensiunea pragmatică a majorității acestor abordări. Ele se realizează din motive dictate cel mai adesea de managementul electoral, adică de dorința legitimă a actorilor politici şi a specialiştilor de campanie de a optimiza performanțele şi de a eficientiza comunicarea actorilor politici implicați în cursa electorală, obiectivul final fiind acela al câştigării acestei întreceri.

În această perspectivă au fost utilizate, aproape permanent în ultimele şase-şapte decenii, şi studiile realizate de cercetătorii sociali. într-o primă formă, care continuă să rămână şi astăzi prioritară, aceştia au fost chemați şi plătiți, să nu uităm, pentru a realiza sondaje de opinie, utilizate în principal pentru a anticipa tendințele opțiunilor exprimabile sau pentru a urmări reacțiile populației la anumite evenimente sau mesaje electorale. Sondajele de opinie, aşa cum s-a remarcat destul de des, reprezintă o modalitate absolut minimală de cunoaştere socială. Mai mult, cele care au specific preelectoral nu ne spun niciodată lucruri extraordinare, ci dimpotrivă, ne spun într-o manieră aproximativă, şi cu o precizie relativă, lucruri pe care la scurt timp le vom cunoaşte în termeni precişi. Ele au utilitatea lor în campanie, şi managerii de campanie ştiu acest lucru. Ele sunt de asemenea extrem de atractive pentru presă,

care, în mod normal, le comandă precumpănitor.

Cu toate acestea, un management eficient de campanie electorală nu se poate opri la sondajele de opinie. Sunt necesare anchete sociologice, analize longitudinale sau studii-panel, sunt necesare investigații mult mai complexe care să treacă dincolo de exprimarea unor opinii asupra unor probleme de interes public

În această serie de tipuri de investigație socială ar mai trebui să precizăm că inclusiv momentele în care se desfăşoară anchetele sunt relevante. Studiile serioase asupra mecanismelor electorale nu se pot lipsi de investigațiile postelectorale, cele în care nu doreşti să afli cum se va vota, pentru că s-a votat deja, ci vrei să ştii de ce oamenii au votat într-un anume fel, cum au receptat ei mesajele actorilor politici, care au fost factorii care i-au influențat etc. Aceste tipuri de investigații reprezintă pasul decisiv pentru a intra în mod indubitabil pe teritoriul cunoaşterii ştiințifice a mecanismului electoral. O cercetare de tip sociologic nu poate deci niciodată ignora momentul postelectoral, pe care l-am putea chiar considera esențial pentru demararea la nivel empiric a unei astfel de investigații. **[*sfîrşitul paginii nr. 50*]**

Anexa nr. 2

TEMA DE CASĂ NR. 2 (CAPITOLUL 2.)

Tema constă în administrarea chestionarului de mai jos la cîte 3–5 persoane de către fiecare cursant. Vă rog, în prealabil citiți cu atenție textul temei, chestionarul şi foaia de răspuns.

Pentru ca tema să îşi atingă scopul trebuie să creați o situație şi o atmosferă cît mai apropiată de cea reală, adică de administrarea unui chestionar *real* unor respondenți aleşi prin metode corespunzătoare. De fapt întrebările sînt *reale*, cu excepția celora din EXPERIMENTUL II. – unde ele sînt cvasireale, în sensul că acele situații ipotetice pot avea loc în realitate. EXPERIMENTUL I. se referă la evenimente politice de actualitate, EXPERIMENTUL IV. la teme dezbateri parlamentare reale, iar EXPERIMENTUL III. este o formă abreviată şi modificată a *Barometrului de opinie publică* administrat de *Metro Media Transilvania* în mai 2000.

Aceste experimente reproduc aproximativ şi la scară redusă patru tehnici din cadrul „metodei experimentale" de cercetare a comportamentului electoral. Are loc o alterare (sau manipulare) a situației de interviu, dar respondenții NU sînt manipulați, chiar dacă ei NU au voie să cunoască (în realitate) scopul interviului şi metodei, respectiv (în acest caz) scopul temei. Deci comunicați-le că aveți o temă universitară de rezolvat şi că ceea ce faceți are un

scop strict didactic. Răspunsurile rămîn secrete! În rest, respectați cu strictețe indicațiile de pe chestionar!

76. **Textele scrise cu *italice* reprezintă instrucțiuni pentru operatori, deci Dv. Vă rog să le urmați FĂRĂ a le citi cu voce tare.**
77. **Textele scrise îngroşat (boldfaced) reprezintă întrebările, iar cele scrise normal răspunsurile. Vă rog a le citi cu voce tare, exceptînd cazul în care răspunsurile trebuie arătate respondenților.**
78. **Deoarece situația experimentală trebuie creată, manipulată FĂRĂ ca respondentul să îşi dea seama, Vă rog insistent, efectuați în prealabil aleatorizarea întrebărilor în cazul EXPERIMENTELOR II. şi IV. Pentru acest lucru aveți nevoie de un zar sau de 6 cărți (A, 1, 2, 3, 4, 5, 6). Marcați întrebările pe foaia de răspuns alăturată care conține şi indicațiile de codare a răspunsurilor. Pentru a înregistra răspunsurile folosiți foile de răspuns, nu chestionarele!**
   (În realitate aleatorizarea şi ramificațiile în chestionar (EXPERIMENTUL I.) sînt executate de un program de calculator. Operato(a)rea/ul – american(ă) sau canadian(ă) – foloseşte un calculator portabil al cărui ecran îl vede numai ea/el, sau tehnica CATI (*Computer Assisted Telephone Inteviewing*) în care caz stă la sediul organizației.)

În fine TEMA PROPRIU-ZISĂ şi SCOPUL EI.

1. Încercați să Vă dați seama care este scopul

fiecăreia dintre cele patru situații experimentale create. Scrieți-Vă pe scurt observațiile, comentariile specificînd dacă a fost sau nu atins scopul pe care îl bănuiți.

2. Încercați să „botezați” fiecare dintre cele patru tehnici! Ce nume le-ați da?

SUCCES, BAFTĂ!

Vă aştept cu rezultatele prin e-mail sau eventual personal. (La nevoie, Vă trimit fişierele şi prin poştă electronică).

(NU CITIȚI!) **EXPERIMENTUL I.**

1. Unde credeți că ar trebui amenajate locuințele pentru săraci: în cartiere separate din cadrul localităților sau oriunde în localitate?

79. **în cartiere separate**
80. **oriunde în localitate**

(Pentru cei care au dat răspunsul a.)

2. Luînd în considerare riscul stigmatizării persoanelor care trăiesc în astfel de cartiere şi faptul că integrarea lor socială ar deveni şi mai dificilă, Vă mențineți această părere?

a) da **b) nu**

(Pentru cei care au dat răspunsul b.)

2. Luînd în considerare faptul că astfel s-ar putea crea tensiuni sociale între cei înstăriți şi cei săraci, eventual ar scădea şi siguranța publică, Vă mențineți această părere?

a) da **b) nu**

***(NU CITIȚI!)* EXPERIMENTUL II.**

***(Citiți cu voce tare.)* Întrebările pe care Vi le punem se referă la persoane care vor fi disponibilizate deaorece unitatea economică la care au lucrat urmează a fi rentabilizată. Gîndiți-Vă puțin la fiecare dintre aceste persoane şi spuneți-mi cît ajutor din partea statului ar trebui să primească această persoană pentru a-şi putea reface existența?**

Răspunsurile posibile sînt:

a) deloc, nici un ajutor

b) ajutor de şomaj (ca orice altă persoană care nu are loc de muncă)

c) un număr generos de salarii compensatorii

1.

Prima/A doua/A treia persoană este de etnie *(pentru 1,2)* ROMÂNĂ / *(pentru 3,4)* MAGHIARĂ/ *(pentru 5,6)* ROMANI; *(pentru 1,2)* NECĂSĂTORITĂ/ *(pentru 3,4)* CĂSĂTORITĂ FĂRĂ COPII/ *(pentru 5,6)* CĂSĂTORITĂ CU COPII şi s-a dovedit a fi o persoană (*par*) SÎRGUINCIOASĂ ŞI DE ÎNCREDERE/(*impar*) LENEŞĂ ŞI NESERIOASĂ.
Răspuns:

2.

Prima/A doua persoană (*par*) NU / (*impar: NIMIC*) este MINER; *(pentru 1,2)* NECĂSĂTORITĂ/ *(pentru 3,4)* CĂSĂTORITĂ FĂRĂ COPII/ *(pentru 5,6)* CĂSĂTORITĂ CU COPII şi s-a dovedit a fi o

persoană (*par*) SÎRGUINCIOASĂ ŞI DE ÎNCREDERE/(*impar*) LENEŞĂ ŞI NESERIOASĂ.

Răspuns:

(NU CITIȚI!) **EXPERIMENTUL III.**

(Citiți cu voce tare!) **Cîteva întrebări preliminare:**

81. **Sexul**

a) femeiesc **b) bărbătesc**

82. **Vîrsta**

a) sub 20 ani **b) între 20–40 ani**

c) între 40–60 ani **d) peste 60 ani**

83. **Educația. Vă rugăm specificați instituția de învățămînt de cel mai înalt nivel pe care ați absolvit-o!**

a) şcoală generală

b) liceu

c) învățămînt postliceal neuniversitar

d) universitate

84. **Ocupația. Vă rugăm, specificați categoria în care Vă încadrați!**

a) agricultor

b) lucrător manual, muncitor

c) funcționar

d) intelectual

e) artist, liber profesionist

f) altele

(Citiți cu voce tare!) **Acum începem.**

85. **Credeți că în țara noastră lucrurile merg într-o direcție bună sau într-o direcție greşită?**

a) bună **b) greşită** **c) nu ştiu**

86. **Sînteţi de acord cu următoarea afirmaţie?**
Statul are obligaţia de a asigura asistenţă socială completă (ajutor de şomaj, pensii etc.), asistenţă medicală şi educaţie gratuită pentru toată lumea.

a) da **b) nu**

87. **Care este personalitatea politică în care aveţi cea mai mare încredere?**

____

(treceţi în clar numele personalităţii menţionate sau marcaţi unul din următoarele răspunsuri)

a) niciuna **b) NS/NR**

88. **Care dintre următoarele lucruri vi se par mai importante, pentru ţara noastră în următorii 10 ani?** ***(arătaţi lista şi cereţi respondenţilor să încercuiască numărul de ordine a 2 răspunsuri)***

1. **menţinerea ordinii în ţară** 2. **oamenii să aibă un cuvânt de spus cu privire la deciziile guvernului** 3. **lupta împotriva creşterii preţurilor**	4. **protejarea libertăţii cuvântului** 5. **să facem satele şi oraşele mai frumoase** 6. **lupta împotriva criminalităţii**

89. **Dacă duminica viitoare ar avea loc alegeri parlamentare, Dv. cu ce partid sau alianţă politică aţi vota?**

____

(treceți în clar numele formațiunii politice menționate sau marcați unul din următoarele răspunsuri)

a) niciuna **b) NS/NR**

(Pentru cei care spun că nu ar vota sau sînt nehotărîți:)
Totuşi care este partidul sau formațiunea pe care o simpatizați mai mult?

____

(treceți în clar numele formațiunii politice menționate sau marcați unul din următoarele răspunsuri)

a) niciuna **b) NS/NR**

90. **Dacă duminica viitoare ar avea loc alegeri prezidențiale, Dv. pe cine ați vota?**

____

(treceți în clar numele persoanei menționate sau marcați unul din următoarele răspunsuri)

a) niciuna **b) NS/NR**

(Pentru cei care spun că nu ar vota sau sînt nehotărîți:)
Totuşi care este personalitatea pe care o considerați cea mai potrivită pentru funcția de Preşedinte?

____

(treceți în clar numele persoanei menționate sau marcați unul din următoarele răspunsuri)

a) niciuna **b) NS/NR**

91. **Sînteți de acord ca taxele şi impozitele să crească pe viitor în România?**

a) da **b) nu**

(Dacă la întrebările nr. 6. şi 11. respondentul nu răspuns de două ori DA sau NU, acordați-i ocazia de a schimba unul dintre răspunsuri, astfel:)

Înainte de a încheia intervievarea aş dori să verific dacă am înregistrat corect răspunsurile Dv. Tocmai ați afirmat că *(după caz*) (NU) sînteți de acord ca taxele şi impozitele să crească pe viitor în România. Dacă nu greşesc, anterior ați spus că *(după caz*) (NU) sînteți de acord cu afirmația că „Statul are obligația de a asigura asistență socială completă (ajutor de şomaj, pensii etc.), asistență medicală şi educație gratuită pentru toată lumea." Doriți să schimbați vreunul din aceste răspunsuri?

a) nu **b) da, răspunsul la întrebarea 6** **c) da, răspunsul la întrebarea 11**

(NU CITIȚI!) **EXPERIMENTUL IV.**

(Citiți cu voce tare!) **Întrebările pe care Vi le punem se referă la proiecte de legi discutate de parlamentul României.**

1.

(*par*) *(Citiți)* Mulți senatori consideră că ...
(*impar*) *(FĂRĂ INTRODUCERE)*

... ar trebui constituit un organ care să supravegheze privatizarea întreprinderilor agricole de stat. Dv. sînteți de acord?

a) da b) nu

2.

(*par*) *(Citiți)* Senatorul Dan Vasiliu consideră că ...
(*impar*) *(FĂRĂ INTRODUCERE)*

... informațiile referitoare la funcționarea autorităților statului nu trebuie tratate ca secrete de stat ci ca informații ce țin de domeniul public şi că cetățenilor ar trebui să li dea dreptul de a depune plîngere împotriva autorităților dacă li se refuză accesul la asemenea informații. Dv. sînteți de acord?

a) da b) nu

Anexa nr. 3

DESCRIEREA DETALIATĂ A CURSULUI

ELEMENTE DE PSIHOLOGIE ŞI SOCIOLOGIE POLITICĂ I
(COMPORTAMENT POLITIC I)
– STUDIUL COMPORTAMENTULUI ELECTORAL –

Anii III–IV, Secția Ştiințe Politice
(PS [3/4]138: curs opțional — 6 credite)
Învățământ la distanță
Syllabus
Anul universitar 2005–2006, semestrul I
Titular disciplină:
lect. univ. drd. SZÁSZ Alpár Zoltán
Tutore:
SZÉKELY István Gergő (masterand)

Descrierea şi obiectivul cursului:

Obiectivul principal al cursului este familiarizarea studenților cu abordările, modelele şi teoriile specifice studiului comportamentului electoral. Pentru a îndeplini acest scop trebuie întreprinse o serie de incursiuni atât în psihologia, cât şi în sociologia politică. Astfel vor putea fi transmise cunoştințele necesare explicării (şi prezicerii) comportamentului electoral. Prezenta abordare nu este una ieşită din comun, deoarece acest

domeniu al ştiinţelor sociale prezintă interes deopotrivă pentru politologi, sociologi şi psihologi. Cu alte cuvinte subiectul este interdisciplinar şi trebuie tratat ca atare. Totodată cursul se vrea a fi şi o punte de legătură ce conectează cunoştinţele din cadrul disciplinelor *Partide şi sisteme de partide politice*, *Sisteme politice comparate* şi *Sisteme electorale comparate*.

Trebuie precizat însă că în timp ce disciplinele menţionate studiază aproape în exclusivitate instituţii şi actori colectivi, în cadrul acestei materii unitatea de observaţie este de regulă actorul individual, alegătorul. Acest fapt, bineînţeles, nu exclude efectuarea unor studii la nivelul grupurilor sau al unităţilor teritorial-geografice. În general, studiul comportamentului electoral îşi propune să ofere răspunsuri la următoarele patru întrebări:

Care sînt factorii ce îi determină pe alegători să se prezinte la vot?
Care sînt factorii ce determină prezenţa la vot la nivel naţional?
Care sînt factorii ce îi determină pe alegători să voteze pentru un anumit partid sau candidat?
Care ar putea fi factorii ce explică rezultatele alegerilor pe plan naţional?

Cu privire la aceste întrebări ne propunem să prezintăm studenţilor răspunsurile date de teoreticieni şi cercetători la ultimele trei dintre acestea, oferindu-le astfel un arsenal de cunoştinţe utile în explicarea şi prognostizarea comportamentului electoral. (Din nefericire, în pofida multor studii referitoare la motivele individuale ale (ne)participării electorale, teoria

comportamentului electoral nu a reuşit să formuleze un răspuns la prima întrebare. Cauza este comportamentul oarecum aleator al electorilor în ceea ce priveşte decizia de a se prezenta la vot sau nu.)

(Dat fiind faptul că anul trecut a fost an electoral pentru România şi Uniunea Europeană, cursul se va concentra în parte pe interpretarea datelor referitoare la alegerile locale din România şi alegerile pentru Parlamentul European. Aceste aplicații practice vor lua forma temelor de casă şi a lucrării de semestru pe care va trebui să o întocmească studenții.)

Manuale şi culegeri de texte:

Cursul se bazează pe un manual special destinat studenților de la învățământul la distanță. În afară de acesta sînt recomandate pentru a fi consultate de către studenți următoarele lucrări:

DALTON, RUSSEL J. Citizen Politics. Public Opinion Polling and Political Parties in Advanced Western Democracies. Chatham, NJ: Chatham House Publishers, 1996. [PolSci: DAL/PC]

GRANBERG, DONALD–HOLMBERG, SÖREN The Political System Matters: Social Psychology and Voting Behavior in Sweden and the United States. Cambridge: Cambridge University Press, 1988.

HARROP, MARTIN–MILLER, WILLIAM L. Elections and Voters: A Comparative Introduction. London: The Macmillan Press Ltd., 1987.

ZALLER, JOHN Nature and Origins of Mass Opinion. Cambridge: Cambridge University Press, 1998.

Cursanții se vor pregăti pentru întîlnirile față în față şi pentru diversele forme de evaluare prin asimilarea cunoştințelor din notele de curs primite şi din bibliografia obligatorie. (Titularul de disciplină şi tutorele vor asigura disponibilitatea acestor materiale prin intermediul serviciilor bibliotecare ale UBB sau prin fotocopiere şi diverse metode electronice – în limitele legii drepturilor de autor.) (Observație: cursul este destinat studenților din anii terminali la Ştiințe Politice. În consecință, instructorii contează pe o cunoaştere destul de bună a limbii engleze şi a terminologiei de specialitate în cazul studenților care frecventează cursurile de zi, lucru recomandabil inclusiv studenților de la IDD.)

Cerințe şi evaluare:

Studenții vor fi evaluați pe baza calității participării la întîlniri, a rezolvării temelor precum şi desfăşurării diverselor activități de control (inclusiv lucrarea de semestru). Activitățile se vor nota după cum urmează.

11* **teme de control şi participarea la întîlniri 25%; (din care participarea la întîlniri max. 10%)**

12* **diverse activități aplicative atestate (inclusiv lucrarea de semestru) 50%;**

13* **test scris: 25%.**

Condiție de promovare:

obținerea a 45–50% din punctaj în cazul fiecărui element al calificativului final.

Observație: **Temele şi lucrările scrise (inclusiv**

lucrarea finală) se vor preda dactilografiate sau editate la calculator (în formă listată sau prin poştă electronică). Recomandări pentru mărimea de caracter, spaţiul dintre rînduri şi margini: 12 puncte, la 1,5 rînduri şi cu margini de 2,5 cm.

Ținerea legăturii cu instructorii:

SZÁSZ Alpár Zoltán

Poştă electronică: szaszzo@cadcluj.ro

SZÉKELY István Gergő

Poştă electronică: szekelypista@yahoo.com.

(Toate temele de casă se trimit pe această adresă.)

Partea I. TEME ŞI METODE DE CERCETARE

1. Cercetarea comportamentului electoral: istoric, metode şi abordări teoretice.

Scurt istoric al cercetărilor psephologice. Metode de cercetare a comportamentului electoral: cercetarea ecologică, metoda deductivă, sondarea opiniei publice şi metodele „experimentale”.

Paradigmele dominante în ştiinţele politice şi în psephologie.

Studiului comportamentului electoral în România. Scurt tur de orizont al tematicilor şi al problemelor abordate. (Instrumentarul metodologic utilizat.)

2. Coordonate metodologice generale.

RECAPITULARE

Caracter interdisciplinar şi paradigmă metodologică.

Cunoaşterea umană: cunoaşterea comună şi cunoaşterea ştiinţifică. Teoretic şi empiric. Măsurare: fidelitate şi validitate.

BABBIE, EARL ***Survey Research Methods.*** **2nd ed. Belmont, CA: Wadsworth Publishing Company, 1990. (Cap. 7.6.: pag. 132–135.) [PolSci: BAB/APE]**

FREY, BRUNO–WECK, HANNELORE „A Statistical Study of the Effect of the Great Depression on Elections: The Weimar Republic 1930–1933.”, in ***Political Behaviour,*** **vol 5. (1983) no. 4, pp. 403–20. [Reader 2000]**

ROTARIU, TRAIAN–ILUŢ, PETRE ***Ancheta sociologică şi sondajul de opinie. Teorie şi***

practică. Iaşi: Polirom, 1997. (Secțiunea 4.2: pag. 97–102.) [PolSci: ROT/APE]

ROTARIU, TRAIAN–ILUȚ, PETRE (coord.) *Sociologie.* Ediția a II-a. Cluj-Napoca: Editura Mesagerul, 1996. (Secțiunea 3.2.: pp. 26–28.) [PolSci: ?]

3. Elemente metodologice specifice psephologiei.

Prognoze electorale: istoric şi sondaje preelectorale contemporane.

Erori de predicție, surse de eroare. Erori sistematice şi nesistematice în prognozele electorale.

Măsuri de precauție: tehnici speciale de investigație în studiul comportamentului electoral.

BUCHANAN, WILLIAM „Election Predictions: An Empirical Assessment.”, in *Public Opinion Quarterly,* vol. 50 (1986) pp. 222–7. [Reader 1998]

DISKIN, ABRAM–FELSENTHAL, DAN S. „Do they Lie?”, in *International Political Science Review,* vol. 2 (1981) no. 4, pp. 403–22. [Reader 2000]

PIAZZA, THOMAS–SNIDERMAN, PAUL M.–TETLOCK, PHILIP E. „Analysis of the Dynamics of Political Reasoning: A General-Purpose Computer-Assisted Methodology.”, in JAMES A. STIMSON (ed.) *Political Analysis Vol. I.* Ann Arbor, MI: University of Michigan Press, 1990. pp. 99–119. [Reader 2000]

Partea a II-a. TEORII ŞI MODELE

4. Participarea politică.

Tipologia participării politice. Tipuri de participare convențională şi neconvențională.

Participarea electorală. Factorii care determină prezența la vot.

Participarea neelectorală.

DALTON, RUSSEL J. *Citizen Politics: Public Opinion Polling and Political Parties in Advanced Western Democracies.* 2nd. ed. Chatham, NJ: Chatham House Publishers, 1996. pp. 40–66. [PolSci: DAL/PC], [Reader 2000]

POWELL, G. BINGHAM JR. *Contemporary Democracies: Participation, Stability and Violence.* Cambridge, MA: Harvard University Press, 1982. pp. 12–15, 111–121. [Reader 1998/99]

TOPF, RICHARD „Electoral Participation.”, in KLINGEMANN, HANS-DIETER– FUCHS, DIETER (eds.) *Citizens and the State.* Oxford: Oxford University Press, 1995. pp. 27–51. [Reader CP]

TOPF, RICHARD „Beyond Electoral Participation.”, in KLINGEMANN, HANS-DIETER– FUCHS, DIETER (eds.) *Citizens and the State.* pp. 52–91. [Reader CP]

5. Atitudini politice, credințe de masă şi sistem de atitudini.

Stabilitate şi restricție în credințele de masă. Non-atitudini.

Alegători sofisticați şi nesofisticați. Modelul de „suficiență” al politicii.

Conținutul raționamentului politic: teme, imagini, sisteme de credințe şi ideologii.

CONVERSE, PHILIP E. „The Nature of Belief Systems in Mass Publics.”, in DAVID APTER (ed.) *Ideology and Discontent* New York: The Free Press, 1964. pp. 206–261. (de citit numai pp. 238–245)

DALTON, RUSSEL J. *Citizen Politics. Public Opinion Polling and Political Parties in Advanced Western Democracies.* Chatham, NJ: Chatham House Publishers, 1996. pp. 15–38. [PolSci: DAL/PC] [Reader 2000]

GRANBERG, DONALD–HOLMBERG, SÖREN *The Political System Matters: Social Psychology and Voting Behavior in Sweden and the United States.* Cambridge: Cambridge University Press, 1988. pp. 38–65.

HARROP, MARTIN–MILLER, WILLIAM L. *Elections and Voters: A Comparative Introduction.* London: The Macmillan Press Ltd., 1987. pp. 101–125. [Reader 2000]

LAU, RICHARD R. „Political Schemata, Candidate Evaluations, and Voting Behavior.”, in LAU, RICHARD R.–DAVID O. SEARS *Political Cognition.* Hillsdale: Erlbaum, 1986. pp. 95–126.

ZALLER, JOHN *Nature and Origins of Mass Opinion.* Cambridge: Cambridge University Press, 1998.

6. Teorii explicative ale comportamentului electoral.

Abordări sociologice: şcoala Columbia, teoria clasică a clivajelor (LIPSET–ROKKAN) şi votul de clasă (LIPSET), modelul radical. Şcoala de la Michigan (identificarea partinică). Modele elaborate în cadrul teoriei deciziilor raționale.

HARROP, MARTIN–MILLER, WILLIAM L. *Elections and Voters: A Comparative Introduction.* London: The Macmillan Press Ltd., 1987. pp. 130–162. [Reader 2000]

Anexa nr. 4

ÎNTREBĂRI DE STUDIU (PENTRU TESTUL FINAL)*

A. Definiţii şi concepte

92. **Evaluare egocentrică şi evaluare sociotropică.**
93. **Micropolitică şi macropolitică.**
94. **Eroarea ecologică şi eroarea individualistică.**
95. **Holismul ca viziune ontologică şi paradigmă metodologică.**
96. **Individualismul ca viziune ontologică şi paradigmă metodologică.**
97. **Enunţaţi postulatul tare al individualismului metodologic!**
98. **Individualism conceptual.**
99. **Limbaj analitic şi limbaj empiric; definiţie reală şi definiţie nominală. Daţi cîteva exemple pentru a ilustra definiţiile Dv!**
100. **Ce înţelegeţi prin teorie (teoretic), respectiv empiric?**
101. **Ciclul deductiv-inductiv al cercetării sociale. Interpretaţi conceptul de capcană a trişorului! Daţi un exemplu!**
102. **Ciclul deductiv-inductiv al cercetării sociale. Descrieţi conceptul de capcană a mincinosului! Daţi un exemplu!**
103. **Criteriul falsificabilităţii.**
104. **Operaţionalizare.**
105. **Definiţie (conceptuală) teoretică şi definiţie**

operațională.

106. **Fidelitate şi validitate. (Specii şi definiții.)**

107. **Metode de eşantionare. Eşantioane probabilistice şi neprobabilistice.**

108. **Cercetarea ecologică.**

109. **Ce înțelegeți prin efecte de interacțiune? Dați un exemplu!**

110. **Metodele „experimentale” de studiere a comportamentului electoral: procedeul contraargumentării.**

111. **Metodele „experimentale” de studiere a comportamentului electoral: procedeul substituției.**

112. **Metodele „experimentale” de studiere a comportamentului electoral: procedeul controlului de consistență.**

113. **Efecte de atribuire.**

114. **Erori sistematice de măsurare.**

115. **Erori aleatorii de măsurare.**

116. **Temă sensibilă (delicată).**

117. **Tehnici speciale de investigare a comportamentului electoral: metoda urnei.**

118. **Tehnici speciale de investigare a comportamentului electoral: metoda răspunsului aleator.**

119. **Conceptul de atitudine şi componentele acestuia.**

120. **Explicați esența teoriilor consistenței cognitive! (Echilibru cognitiv şi reducerea disonanței cognitive.)**

121. **Ce înțelegeți prin consistență logică, psihologică, respectiv cognitivă?**

122. **Legătura dintre preferințe şi aşteptări: efectul de handicap.**

123. **Legătura dintre preferințe şi aşteptări: efectul de**

„caravană (muzicală)”.

124. **Legătura dintre preferințe şi aşteptări: raționamentul dezirant.**

125. **Teoria echilibrului cognitiv elaborată de FRITZ HEIDER: modelul P–O–x.**

126. **Participarea politică (definiții.)**

127. **Definiția procedurală şi definiția substanțială a democrației.**

128. **Explicați conceptele: alegeri de ordin superior, alegeri de ordin inferior şi alegeri-barometru.**

129. **Rata participării electorale.**

130. **Care sînt mizele posibile ale alegerilor?**

131. **Alegeri parțiale.**

132. **Ce înseamnă înregistrarea automatică, respectiv voluntară pe listele electorale?**

133. **Ce înseamnă prelucrarea serială (*on-line* sau *serial information processing*), respectiv prelucrarea bazată pe memorie (*memory-based information processing*) a informației electorale (HOLBROOK)?**

134. **Definiți euristica de reprezentativitate (*representativeness*)!**

135. **Ce înțelegeți prin *decizie de natură statistică*, respectiv *decizie de natură clinică*?**

136. **„Legea lui Gresham” despre informația politică/electorală.**

137. **Efectul de disponibilitate (*availability effect*) – DANIEL KAHNEMAN.**

138. **Cum interpretează TVERSKY şi KAHNEMAN noțiunea de *cadru decizional* / *de decizie*?**

139. **Ce înseamnă efectul de pseudo-certitudine (*pseudo-certainty effect*)?**

140. **Explicați pe scurt euristica ce poartă denumirea**

metaforică de „procedeul bețivului" (*the 'Drunkard's Search' mechanism*)!

141. **Cum interpretează BRADY şi JOHNSTON noțiunea de *cristalizare*?**

142. **Activare, confirmare şi convertire.**

143. **Flux de comunicare în doi paşi şi lideri de opinie.**

144. **Identificare partinică.**

145. **Vot normal şi tendință de revenire.**

146. **Dezaliniere (*dealignment*) şi realinere. (*realignment*).**

B. Întrebări scurte

147. **Descrieți şcolile şi curentele care au marcat începutul cercetărilor psephologice!**

148. **Modelarea deciziilor electorale: modelul Michigan al identificării partinice.**

149. **Modelarea deciziilor electorale: abordări sociologice.**

150. **Modelarea deciziilor electorale: modele elaborate în cadrul teoriei deciziilor raționale.**

151. **Tratați problema caracterului interdisciplinar al studiului comportamentului electoral prin prisma relației dintre paradigma metodologică şi nivelul de analiză (nivel al teoriei)!**

152. **Explicați dramatixa eroare de predicție care a provocat falimentul revistei *Literary Digest* în anul 1936!**

153. **Arătați cauza erorii de predicție făcute de institutele *Gallup*, *Roper* şi *Crossley* în anul 1948 şi comentați cauza acestei erori!**

154. **Explicați de ce erorile sesizabile în cazul**

prognozelor electorale depăşesc marja de eroare dată de teoria eşantionării aleatore!

155. **Explicați efectul (modelul) de „spirală a tăcerii”!**

156. **Descrieți şi explicați mecanismele de distorsiune perceptuală (*perceptual distorsion*) privitoare la punctele de vedere ale partidelor şi candidaților! Bonus: explicați conceptul de eroare de măsurare corelată.**

157. **Comentați criteriile care stau la baza tipologiei participării politice şi prezentați această tipologie!**

158. **Descieți cele două interpretări ale democrației reprezentative şi comentați legitimitatea acestora din punctul de vedere al celor mai noi considerații din cadrul teoriei empirice a democrației!**

159. **Moduri de participare democratică definite de SIDNEY VERBA şi asociații săi.**

160. **Ce ne învață psihologia (politică) cognitivă despre procesele mentale care joacă un rol important în procesarea şi evaluarea informației electorale în timpul campaniei? (Prezentare scurtă.)**

161. **Explicați pe scurt principalele concepte ale abordării Columbia privitoare la decizia electorală.**

C. Întrebări teoretice (detaliate)

162. **Modelarea deciziilor electorale: modelul (Michigan) al identificării partinice. (Prezentare detaliată.)**

163. **Modelarea deciziilor electorale: abordările sociologice. (Prezentare detaliată.)**

164. **Modelarea deciziilor electorale: modele elaborate în cadrul teoriei alegerii raționale. (Prezentare detaliată.)**

165. **Treceți în revistă metodele de cercetare ale comportamentului electoral!**

166. **Comparați meritele şi limitele diverselor teorii şi modele ale deciziei electorale! (Comparați diversele teorii şi modele!) (Din punctul de vedere al presupozițiilor lor care este principala diferență între abordările psihologice şi „raționaliste” ale comportamentului electoral pe de o parte şi teoriile sociologice pe de altă parte?)**

167. **Enumerați, definiți şi comentați pe scurt măsurile de acuratețe cu ajutorul cărora apreciem prognozele electorale! Care sînt rezultatele lui WILLIAM BUCHANAN referitoare la erorile posibile ce pot surveni în cazul prognozelor electorale? (Cunoaşterea formulelor nu este obligatorie, ci doar binevenită.)**

168. **Enumerați şi descrieți metodele de asigurare a caracterului secret al răspunsurilor în cazul sondajelor de opinie! Care sînt concluziile lui DISKIN ŞI FELSENTHAL referitor la sondajele de opinie ce ating teme politice sensibile?**

169. **Legătura dintre preferințe şi aşteptări. Prezentare, dovezi empirice şi concluzii. (După GRANBERG şi HOLMBERG.)**

170. **Prezentați rezultatele cercetărilor efectuate de GRANBERG şi HOLMBERG cu privire la apariția distorsiunilor perceptuale!**

171. **Rezultatele empirice ale lui JOEL BROOKS cu privire la reprezentativitatea politicilor publice în democrațiile anglo-americane.**

172. **Enumerați şi prezentați modelele istorice de reprezentare elaborate în cadrul teoriei politice!**

173. **Explicați în detaliu conceptele de sensibilitate şi**

congruență. Care este relevanța lor din punctul de vedere al modelului empiric al democrației reprezentative?

174. **Ce au constatat studiile empirice recente cu privire la evoluția ratei participării electorale în democrațiile industriale avansate în perioada postbelică? În ce fel pot fi interpretate rezultatele empirice? Care dintre aceste interpretări pare mai corectă în lumina aşteptărilor teoretice?**

175. **Care sînt factorii socio–demografici şi politici care influențează la nivel individual probabilitatea prezentării la vot? Se poate construi o teorie a participării individuale cu ajutorul acestora?**

176. **Prelucrarea informației în timpul campaniei electorale: euristica de reprezentativitate (*representativeness*). (Interpretare şi descriere exhaustivă, învățăminte – răspuns detaliat, stil eseu.)**

177. **Prelucrarea informației în timpul campaniei electorale: „legea lui Gresham” şi informația politică disponibilă. (Interpretare şi descriere exhaustivă, învățăminte – răspuns detaliat, stil eseu.)**

178. **Prelucrarea informației în timpul campaniei electorale: încadrarea/ „formularea” (*framing/formulation*). (Interpretare şi descriere exhaustivă, învățăminte – răspuns detaliat, stil eseu.)**

179. **Prelucrarea informației în timpul campaniei electorale: euristice de evaluare. (Interpretare şi descriere exhaustivă, învățăminte – răspuns detaliat, stil eseu.)**

D. Întrebări surpriză